

УДК 004.048

І.О. Золотарьова, В.Ю. Краснікова

Харківський національний економічний університет, Харків

## АНАЛІЗ ФАКТОРІВ ТА МЕТОДОЛОГІЙ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ

У статті доведений вплив рівня інноваційного розвитку підприємств на успіх, розвиток та конкурентну здатність. Розглянута класифікація факторів інноваційного розвитку підприємств на основі електронного бізнесу. Проводиться виділення, аналіз, обґрунтування, дослідження та розмежування факторів, що впливають на інноваційний розвиток підприємств на стратегічному рівні. Зроблені висновки щодо факторів інноваційного розвитку, методологій та інструментів оцінки рівня інноваційного розвитку підприємств на основі технологій електронного бізнесу.

**Ключові слова:** інновація, інноваційна діяльність, е-бізнес, автоматизація, інформатизація, прийняття рішень, внутрішнє середовище, зовнішнє середовище, інтелектуальна власність.

### Вступ

Сьогодні основним чинником створення тривалої конкурентної переваги і зростання інвестиційної привабливості компанії стають оптимальні стратегії управління бізнесом. Саме ефективне управління допомагає динамічно реагувати на постійно мінливу ринкову ситуацію, концентрувати зусилля саме на задоволенні нових потреб соціуму.

Технології електронного бізнесу становляться невід'ємним інструментом у роботі підприємства. Від впровадження та використання цих технологій залежить успішний розвиток та ведення бізнесу. Тому виникає потреба виділення і обґрунтування факторів, що впливають на інноваційний розвиток підприємств на основі використання технологій е-бізнесу.

Одним з найважливіших питань управління підприємством є вірний вибір інновації у відповідності з його стратегією.

В той же час помилковий вибір адміністрацією інновації може призвести до банкрутства підприємства [4 – 7].

Інновації впроваджуються у всі сфери діяльності підприємств. Правильна оцінка інновацій протягом усього життєвого циклу дозволяє керівництву отримати великі конкурентні переваги. Адекватна експертна оцінка інновацій дозволяє зробити інвестиції більш прибутковими, скоротити кількість збитків, забезпечити позиції на ринку більш легким та ефективним шляхом.

Звичайно для оцінки можливості включення конкретної інновації у інноваційний портфель підприємства використовуються збалансовані стратегічні показники: переваги, складність виконання, необхідні трудові, матеріальні, природні та інші ресурси, розмір, динаміку ринку, відповідність факторів один одному.

Важливо знаходити чітку відповідність рівня зрілості підприємства для ефективного позиціонування інноваційної ідеї [5 – 8].

**Мета статті:** виділення, обґрунтування, дослідження факторів, які впливають на інноваційний розвиток підприємств.

### Основна частина

Фактори інноваційного розвитку підприємств на основі технологій е-бізнесу включають умови, обставини, конкретні причини, які суттєво впливають на розвиток підприємства.

Інноваційний розвиток підприємства необхідно здійснювати на основі аналізу різних факторів підприємства: внутрішнього та зовнішнього середовища, інформаційно-комунікаційних, інформаційних, загальносистемних [2, 3].

Аналіз літературних джерел довів, що виділені фактори також можна застосовувати і для обґрунтування факторів інноваційного розвитку підприємств на основі використання технологій електронного бізнесу (рис. 1) [1 – 18].

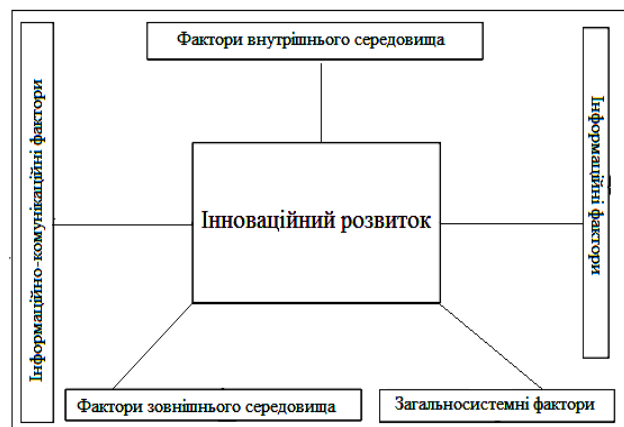


Рис. 1. Схема інноваційного розвитку підприємства

Фактори внутрішнього середовища підприємства – фактори управління розвитком електронного бізнесу, формування та вплив яких проходить безпосередньо всередині підприємства.

Фактори зовнішнього середовища підприємства – фактори управління розвитком електронного бізнесу, які впливають на підприємство зовні.

Інформаційно-комунікаційні фактори – сукупність методів, виробничих процесів та програмно-технічних засобів, що використовуються для збирання, обробки, зберігання, розповсюдження, відображення та використання інформації в інтересах користувачів.

Загальносистемні фактори – фактори управління розвитком інформаційних ресурсів, формування та вплив яких проходить на методологічному рівні [3, 4].

Інформаційні фактори – це фактори, що дозволяють виявити роль інформації, яка є основною при прийнятті управлінських рішень для підвищення ефективності роботи підприємства.

Інформаційно-комунікаційні фактори включають розвиток Інтернет у державі, доступ до Інтернету, людський капітал у ІКТ, використання ІС. Ці положення дозволяють визначити рівень розвитку інформаційно-комунікаційних технологій та трудових ресурсів і підприємства [9 – 11].

У факторах зовнішнього середовища основними є правовий та державно-політичний фактор. Ці фактори на державному рівні визначають стан розвитку Інтернет технологій у державі та забезпечують його правовий розвиток.

В інформаційні фактори слід віднести положення про захист інтелектуальної власності тому, що в електронному світі захистити інтелектуальну власність набагато складніше ніж у реальному світі.

До загальносистемних факторів інноваційного розвитку підприємства доцільно віднести такі положення, як: моделі е-бізнесу, що використовуються на підприємстві, а також концепції інноваційного розвитку підприємства на основі технологій е-бізнесу. Ці фактори показують направленість розвитку підприємства в електронному середовищі [5, 6].

Роль інноваційних процесів на підприємствах дає змогу класифікувати організації за рівнем зрілості [15].

Підприємства, що знаходяться на першому рівні зрілості є організаціями малого інноваційного бізнесу. Керівники таких підприємств частіше є самі авторами нового продукту, технології чи послуги. Відмінною рисою є те, що для працівників та керівництва важливо самим створювати нове, максимально реалізувати свій творчий потенціал.

Коли задачі, що поставлені на першому етапі виконані та отримані відповідні результати, підприємство отримує доступ до капіталу та переходить на

другий рівень зрілості. На цьому етапі створюються корпоративні регламенти та стандарти прийняття бізнес-рішень, виконується розмежування зон відповідальності, чітко формуються необхідні навички та компетенції. Основним стимулом співробітників стає чекання винагороди та перспективи кар'єрного зростання. На другому рівні зрілості підприємства до інновацій продуктів та послуг додаються інновації технології, управління та маркетингу для розвитку стержневої інновації [7, 8].

На третьому етапі домінуючу роль відіграє відповідність корпоративної культури колективу. Збільшується роль особистого престижу керівників вищого рангу та позиціонування підприємства у навколишньому світі. Збільшується роль маркетингових інновацій в області корпоративного PR, керівницьких інновацій в області структури продажів, менеджменту та маркетингу, а також організації виробництва. Інновації в областях досліджень та розробок на цих підприємствах відходить на задній план [14 – 17].

Формування інновації проходить чотири етапи.

На першому етапі інновація представляє собою наукове відкриття, а працездатність її тільки перевіряється [12, 13].

На другому етапі інновація представляє інженерний проект. У інновації з'являються додаткові системи та функції. Коли ресурси збільшення продуктивності вичерпані, інновація переходить на третій етап.

На третьому етапі інновація часто об'єднується з іншими продуктами, технологіями та послугами, створюючи гібриди.

На четвертому етапі розвитку інновація знижує свої технічні показники з максимальних до необхідних. Інновація проходить адаптацію згідно умов та середовища праці.

## Висновки

Інновації є життєво важливою умовою успіху підприємства. Постійна поява нових інновацій, підтримка, реалізація, та їх правильна оцінка є невід'ємною частиною стратегічної діяльності підприємства. Достовірною оцінкою кожної інновації є гарантом успіху підприємства. Для адекватної оцінки кожної інновації підприємства необхідно проаналізувати не тільки рівні еволюційного розвитку інновацій, підприємства та ринку окремо, але й оцінити їх правильне поєднання [18].

У статті були виділені, обґрунтовані основні фактори, що впливають на інноваційний розвиток підприємств на основі технологій електронного бізнесу. Використання цих принципів дозволить підприємству сформулювати стратегію ефективного ведення бізнесу, використовуючи сучасні інформаційні технології.

## Список літератури

1. Sanit B. Eom. Asterisk 1.6. International World / Sanit B. Eom. – International Thomson Business Publishing Co., London, 2006. – 246 с.
2. Mora M. Decision making support systems: Achievements, Trends, and Challenges for the New Decade / Manuel Mora, Guiseppe A. Forgiomem. – Jatinder N.D. Gupta. Idea Group Publishing, 2007. – 420 с.
3. Морозов Ю.П. Методологические основы организации управления технологическими инновациями в условиях рыночных отношений / Ю.П. Морозов – Новгород, Эдиториал, 2006. – 304 с.
4. Распростов П.Ю. Инновационный менеджмент / П.Ю. Распростов. – К. : Оскар, 2009. – 334 с.
5. Turban E. Decision support and expert systems: management support systems / E. Turban. – Englewood Cliffs, N.J.: Prentice Hall, 2009. – 887 с.
6. Marek J. Druzdel. Decision Support Systems / Marek J. Druzdel, Roger R. Flynn. – New York: Marcel Dekker, Inc., 2007. – 15 с.
7. Иванова Н.І. Національні інноваційні системи / Н.І. Иванова. – К.: Оскар, 2010. – 234 с.
8. Друк П.Ф. Задачи менеджменту у XXI столітті / П.Ф. Друк. – Путер: Вільямс, 2009.
9. Power D.J. Decision support systems: concepts and resources for managers / D.J. Power. – Westport, Conn., Quorum Books, 2007.
10. Marakas G.M. Decision support systems in the twenty-first century / G.M. Marakas. – Upper Saddle River, N.J., Prentice Hall, 2008.
11. Andrew P. Sage. Decision Support Systems Engineering / Andrew P. Sage. – John Wiley & Sons, Inc., New York, 2009.
12. Котлер Ф. Новые маркетинговые технологии. Методики создания гениальных идей / Ф. Котлер. – Путер: Нева, 2007. – 134 с.
13. Янковский К.П. Введение в инновационное предпринимательство / К.П. Янковский. – Путер, Нева, 2008. – 278 с.
14. Морозов Ю.П. Іноваційний менеджмент / Ю.П. Морозов, А.І. Гаврилов, А.Г. Городнов. – Львів, ЮНІТІ-ДАНА, 2006. – 156 с.
15. Казанцева А.К. Менеджмент: стратегія та тактика / А.К. Казанцева, Л.М. Миндели. – К. : Оскар, 2010. – 435 с.
16. Jean-Paul Henry From idea to market: the 7 steps to innovation / Jean-Paul Henry. – London, Focus, 2009. – 214 p.
17. Поршинева А.Г. Управление организацией / А.Г. Поршинева, З.П. Румянцева, Н.А. Саломатина. – М.: ИФРА-М, 2008. – 534 с.
18. Краснов Б.В. Економіка: інноваційні підходи / Б.В. Краснов, А.В. Назаров. – К. : Оскар, 2009. – 167с.

Надійшла до редколегії 30.09.2011

**Рецензент:** канд. екон. наук, проф. С.В. Мінухін, Харківський національний економічний університет, Харків.

#### АНАЛИЗ ФАКТОРОВ И МЕТОДОЛОГИЙ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ

И.А. Золотарева, В.Ю. Красникова

*В статье доказано влияние уровня инновационного развития предприятия на успех, развитие и конкурентную способность. Рассмотрена классификация факторов инновационного развития предприятий на основе электронного бизнеса. Проводиться выделение, анализ, обоснование, исследование и разграничение факторов, которые влияют на инновационное развитие предприятия на стратегическом уровне. Сделаны выводы касательно факторов инновационного развития, методологий и инструментов оценки уровня инновационного развития предприятия на основании технологий электронного бизнеса.*

**Ключевые слова:** инновация, инновационная деятельность, e-бизнес, управление, автоматизация, информатизация, принятие решений, внутренняя среда, внешняя среда, интеллектуальная собственность.

#### ANALYSIS OF FACTORS AND METHODOLOGIES OF ENTERPRISES' INNOVATION DEVELOPMENT

I.A. Zolotaryova, V.J. Krasnikova

*The article shown affecting the level of innovative development of the company for success, development and competitive ability. We consider the classification of factors of innovative development of enterprises based on e-business. Carried out the selection, analysis, reasoning, research, and differentiation factors that influence the development of innovative businesses at the strategic level. The conclusions regarding the factors of innovative development methodologies and tools for assessing the level of innovative development company based on technology of e-business.*

**Keywords:** innovation, innovative business, e-business, automation, computerization and the maturity of the enterprise, decision making, efficiency and internal environment, external environment, intellectual property.