

привести до необхідності використання змішаної технології – традиційної та хмарної. У цьому випадку завдання створення оптимальної інформаційної системи підприємства ускладнюється і вимагає вирішення проблеми визначення відповідної змішаної структури. Таким чином, на підставі якісного аналізу стану інформаційної системи підприємства та реальних потреб інформаційного забезпечення бізнесу, правових документів, можливостей сучасних хмарних технологій і ризиків, пов'язаних з їх використанням, може бути прийнято рішення про проведення досліджень по кількісній оцінці можливості переходу до повного або часткового використання хмарних технологій.

На другому етапі визначаються повні витрати на функціонування традиційної інформаційної системи, якщо вона вже існує, або витрати на створення і функціонування нової системи, а також фіксується чистий прибуток підприємства і обчислюються показники системи.

На третьому етапі обчислюються витрати на перехід до хмарних технологій і на оплату хмарних послуг, а також оцінюється рівень очікуваного чистого прибутку підприємства, який буде досягнутий як за рахунок скорочення витрат на утримання інфраструктури, так і за рахунок впровадження нових інформаційних сервісів.

Використання в якості цільової функції чистого прибутку дозволяє визначити повний ефект від переходу до хмарних обчислень. Однак на практиці отримати оцінку прибутку, якщо перехід до хмарних обчислень супроводжується впровадженням нових або суттєвою вдосконаленням існуючих сервісів, досить складно. У цьому випадку може бути задіяний спрощений порівняльний аналіз витрат і ризиків, пов'язаних із застосуванням двох технологій.

Література:

1. Федоров А., Маргенов Д., Windows Azure: облачная платформа Microsoft – Microsoft – 2010, – 96 с.
2. http://ru.wikipedia.org/wiki/Облачные_вычисления
3. Иванников В.П., Облачные вычисления в образовании, науке и госсекторе, – Институт системного программирования РАН – 2010, С. 75-82.
4. Риз Дж., Облачные вычисления, – М., БХВ-Петербург – 2011. -278 с.

Калантай А. М.

викладач

ДВНЗ «Українська академія банківської справи»

м. Суми, Україна

ІННОВАЦІЙНИЙ ПРОЦЕС ЯК СКЛАДОВА ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ОБ'ЄКТ ІННОВАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

У сучасних умовах найважливішим чинником диференціювання і досягнення конкурентних переваг є наявність у підприємства продуманої, збалансованої, адекватної зовнішнім умовам концепції стратегічного

управління. В умовах обмеженості ресурсів господарюючих суб'єктів наявність системи стратегічного управління дозволяє позиціонувати підприємство так, щоб його становище виявилось найсприятливішим для досягнення довгострокових цілей. Для інноваційно-активних підприємств ключова компетенція виділення з конкурентного оточення пов'язана з ефективним управлінням інноваціями.

Одним з основних понять інноватики та інноваційного менеджменту є поняття інноваційного процесу.

Незважаючи на те, що в спеціальній літературі трапляється багато різноманітних підходів до визначення цього явища, суть їх зводиться до одного висновку, а саме: інноваційний процес пов'язаний із створенням, освоєнням і поширенням інновацій. Автори в своїх дослідженнях розглядають інноваційний процес з різних позицій: як паралельно-послідовне проведення науково-технологічної діяльності; як послідовні зміни фаз життєвого циклу продукту і як інвестиційний проект за стадіями фінансування досліджень та розробок, поширення новачків і їх комерціалізації.

Фундатор інноваційної теорії Й. Шумпетер розглядав інновацію в динаміці, тобто як інноваційний процес, а саме: «виготовлення нового продукту, а не «новий» продукт; запровадження нового методу, а не «новий метод»; освоєння нового ринку...; отримання нового джерела сировини...: проведення реалізації...» [4, с. 78].

Терміни «інновація» та «інноваційний процес» є близькими, але не однозначними. Інноваційний процес пов'язаний зі створенням, освоєнням і поширенням інновацій. Інноваційний процес складається з таких взаємозумовлених стадій: виникнення ідеї, фундаментальні дослідження, прикладні дослідження, дослідно-конструкторські розробки, дослідне виробництво, споживання.

Інноваційний процес можна розглядати як комплекс послідовних дій, унаслідок яких новачка розвивається від ідеї до конкретного продукту і поширюється під час практичного використання. Перебіг інноваційного процесу, як і будь-якого іншого, визначається складною взаємодією багатьох чинників. Успіх на цьому шляху залежить від управлінського механізму, який об'єднує в єдиний потік витрати наукової ідеї, її розроблення, запровадження результату у виробництво, реалізацію, поширення і споживання [1, с. 12]. На розвиток інноваційного процесу впливають:

стан зовнішнього середовища, у якому він проходить (тип ринку, характер конкурентної боротьби, практика державного регулювання, рівень освіти, організаційні форми взаємодії науки і виробництва тощо);

стан внутрішнього середовища окремих організаційних і господарських систем (фінансові та матеріально-технічні ресурси, застосування технологій, зв'язки з зовнішнім середовищем та ін.);

специфіка самого інноваційного процесу як об'єкта управління.

Ефективність інноваційного процесу визначається лише після запровадження інновації, коли з'ясується, у якій мірі вона задовольняє потреби ринку.

Модель інноваційного процесу дає змогу виділити в інноваційній діяльності окремі складові, відкриваючи тим самим можливість наскрізного планування інновації за стадіями, з урахуванням кон'юнктурних змін.

Інноваційний процес — це комплекс різних послідовних видів діяльності на основі поділу і кооперації праці — від одержання нового теоретичного знання до використання створеного на його основі товару споживачем.

Вирізняють такі форми трансферту інновацій на світовому ринку [3, с. 68]:

- передавання, продаж або надання за ліцензією всіх форм промислової власності (за винятком товарних і фірмових знаків);

- торгівля високотехнологічною продукцією;

- передавання технологічного знання, необхідного для придбання, монтажу і використання обладнання, машин, напівфабрикатів і матеріалів, одержаних за рахунок оренди, закупки, лізингу або будь-яким іншим шляхом;

- промислове і технічне співробітництво в тій частині, що стосується технічного утримання обладнання й устаткування, напівфабрикатів і матеріалів;

- надання консалтингових послуг і інжиніринг;

- передавання технологій у рамках інвестиційного співробітництва.

Розрізняють три форми інноваційного процесу: простий внутрішньоорганізаційний (натуральна форма); простий міжорганізаційний (товарна форма); розширений. Простий внутрішньоорганізаційний інноваційний процес передбачає створення й використання нововведення у рамках однієї організації. Нововведення при цьому не набирає безпосередньо товарної форми. У разі простого міжорганізаційного інноваційного процесу нововведення стають предметом купівлі-продажу в стосунках між виробниками та споживачами. Розширений інноваційний процес виявляється не тільки в самій інновації, а й у підготовці нових виробників для нововведення. Унаслідок взаємної конкуренції виробників нововведення вдосконалюється, набуває нових якостей, розширюються його ринки збуту.

Процес поширення інновацій проходить дві фази: 1) створення нововведення і його розповсюдження; 2) дифузія нововведення. На першій фазі корисний ефект нововведення ще не реалізується повною мірою, а тільки створюються перспективи такої реалізації. На другій фазі внаслідок збільшення виробництва нововведення відбувається зниження витрат і збільшення споживачів, а отже, перерозподіл корисного ефекту. Дифузія інновацій — це процес їх передавання комунікаційними каналами, внаслідок чого нововведення проникають в інші галузі виробництва та знаходять усе більше споживачів [2, с. 39].

Така схема організації процесу нововведення й управління ним у рамках підприємства передбачає тісну взаємодію функціональних підрозділів управлінської системи, особливо тих, що беруть участь у розробленні, виробництві й реалізації нових товарів та обслуговуванні споживачів.

Сучасною тенденцією в дослідженнях інновацій є зондування майбутніх перспектив стратегічного розвитку підприємства. У кожній організації, яка займається бізнесом, у запасі має бути більше інноваційних ідей і проектів, ніж вона може здійснити. Організація, яка не приділяє належної уваги інноваціям, скоріш за все опиниться на хибному шляху, який веде до стагнації і загибелі. На підтвердження цього є вагомі аргументи з практики.

Сучасний бізнес, як уже не раз зазначалось, діє у середовищі, що постійно змінюється. Світ став динамічнішим, а конкуренція глобальнішою. Зароджуються новітні високі технології, напрям і наслідки розвитку яких важко передбачити. Тому гнучкість організації, її адаптивність до нововведень залишається єдиним ключовим чинником виживання і розвитку. При цьому велике значення має чинник часу, який безпосередньо впливає не тільки на рентабельність товару, а й на місце, яке посідає організація на ринку серед своїх конкурентів.

На успішність нововведень впливають такі чинники як: наявність в організації джерела творчих ідей; ефективна система відбору та оцінки ідей нових виробів; орієнтація на ринок; перевага товару над товарами конкурентів; маркетингове ноу-хау; відповідність інноваційної стратегії меті організації; доступ організації до ресурсів; глобальна концентрація товару.

Потреба в нових теоретичних і практичних підходах до управління розвитком інноваційного потенціалу підприємств, а також формування і розвитку технологічної конкурентоспроможності підприємств посилили інтерес до удосконалення досвіду в галузі інноваційного управління. Головною метою інноваційного процесу в Україні є підвищення соціально-економічної ефективності виробничої сфери на базі системного удосконалення всіх елементів та матеріалізації наукових знань і підвищення соціального забезпечення.

Література:

1. Иванова Н.И. Инновационный бизнес: основа скореного роста экономики Российской Федерации. Доклад // Инновации. – № 5. – 2006.
2. Павленко І.А. Економіка та організація інноваційної діяльності: Навч. посібник.- К.:КНЕУ, 2004. – 204 с.
3. Шевчук В.Р. Стратегічний управлінський облік. – К.: Алерга, 2009.–176 с.
4. Шумпетер И. Теория экономического развития. – М.: Прогресс, 1982.

Мусійовська О. Б.

*аспірант кафедри економіки підприємства та інвестицій
Національного університету «Львівська політехніка»
м. Львів, Україна*

ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНИЙ МЕХАНІЗМ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Реалізація інвестиційно-інноваційних заходів спрямованих на забезпечення конкурентоспроможності господарюючих суб'єктів, завжди

47