

Федоренко Д. А.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

РОЛЬ ІННОВАЦІЙ У РОЗВИТКУ ЕЛЕКТРОННОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Динамічні переходи в навколишньому середовищі підприємства, включаючи постійне переміщення традиційного ринку до ринку, доступного в Інтернеті, та розробка нових інформаційних технологій дають нові можливості для створення та реалізації бізнес-проектів, які називаються електронним підприємництвом. Актуальність теми полягає у тому, що одним із чинників, що стимулює електронне підприємництво, є інновації.

Проблему інновації обговорювали багато авторів, наприклад, Друкер П., Чесбро Г. та інші. Інновація полягає у реалізації нових комбінацій ресурсів та продуктивних сил, які реалізується через процес творчого мислення, і така реалізація повинна здійснюватися підприємцями, бо вона не відбувається автоматично [1]. Тому існує тісний зв'язок між підприємництвом та інноваційністю. Було підкреслено, що клієнти відіграють важливу роль у створенні інновацій. Крім того, дослідження підтвердило гіпотезу про те, що компанії все більше беруть участь у впровадженні електронних підприємницьких процесів, тим самим зміцнюючи свої позиції на віртуальному ринку [3].

На нашу думку, інтернет є причиною переходу від традиційної закритої моделі інновацій до моделі відкритих інновацій. Легкий доступ до інтернет-комунікаційних рішень, розробка соціальних мереж та Web 2.0 стимулює клієнтів, діяльність як покупців, а й як експертів, консультантів, промоутерів продуктів і брендів і, що важливо, творчі новатори. Підприємства, що беруть участь у процесі електронного підприємництва, повинні заохочувати клієнтів співпрацювати з ними, оскільки клієнти є найкращим і найближчим джерелом інформації про поточні потреби ринку. Клієнти також представляють ідеї щодо покращення продуктів або попиту на нові продукти.

Ефективне впровадження електронної підприємницької діяльності вимагає знання того, що відрізняє їх від традиційна підприємницька діяльність. Розбіжності між цими двома типами підприємницької діяльності полягають в:

- вхід на ринок;
- працівники;
- маркетинг та реклама;
- операції;
- платежі;
- розподіл;
- відносини з клієнтами;
- співпраця з постачальниками.

Електронне підприємництво характеризується активним пошуком змін та швидким реагуванням на ці зміни, побачивши можливості для впровадження інновацій та нових технологій, включаючи інтернет-технології, що змінити бізнес-моделі на моделі електронного бізнесу [4]. В свою чергу, інновації як специфічний інструмент для підприємців, який стимулює можливості для нового бізнесу або нові послуги. Інновації є специфічним інструментом для підприємництва: дія що дає ресурси новим можливостям для створення багатства. Інновація відіграє ключову роль у підприємстві, тоді як поняття інновацій та новизни можна зрозуміти дуже широко і пов'язано з багатьма ідеями та рішеннями. Компанії повинні бачити клієнтів як співзасновників продуктів і, отже, вартості. Продукти повинні бути розроблені таким чином, що дозволяють користувачам створювати все самі по собі, поєднувати та ділитися ними. Існує багато понять, які підкреслюють найважливіші аспекти співтворчості та багатьох з них існуючі методи залучення користувачів, такі як:

- віртуальна спільнота;
- користувач спільного створення;
- колективний інтелект;
- відкриті інновації;
- користувацькі інновації;

– провідний користувач.

Інформація про переваги клієнтів та персоналізацію завжди була ключовим фактором успіху в будь-якому бізнесі. Електронна комерція, частково у поєднанні з гнучким виробництвом, тепер дає можливість отримати інформацію, необхідну для персоналізації з клієнтів у всьому світі за низькою ціною, і, зокрема у випадку цифрових продуктів, адаптувати товари або послуги загального призначення до конкретних потреб кожного з них [2].

Отже, інновації відіграють роль специфічного інструменту для підприємців, який стимулює можливості для нового бізнесу або нові послуги. Це дія що дає ресурси новим можливостям для створення багатства. Інновація відіграє ключову роль у підприємстві, тоді як поняття інновацій та новизни можна зрозуміти дуже широко і пов'язано з багатьма ідеями та рішеннями.

Список використаних джерел:

1. Гринько Т. В. Формирование механизма инновационного развития предприятия / Т. В. Гринько // *Инвестиції: практика та досвід*, 2011. – №7. – Квітень. – С. 18-22.
2. Гринько Т. В. Теоретико-методологические основы адаптивного инновационного развития / Т. В. Гринько // *Экономика промышленности*. – Институт экономики промышленности НАН Украины, 2011. – № 2-3. – С. 54-55
3. Крупский А. П. Подходы к потребности предприятия во внедрении инноваций / А. П. Крупский, Т. В. Гринько // *Economics, management, law: innovation strategy: Collection of scientific articles*. – China, Zhengzhou: Henan Science and Technology Press. – 2016, P. 109-115.
4. Grynko T. Organisational and economic mechanism of business entities' innovative development management / Т. Grynko, Т. Gviniashvili // *Економічний часопис-XXI*. – Kyiv: 2017. – №165 (5-6). – С. 80-83.
5. Hviniashvili T. Innovative component of national economic security / Т. Hviniashvili, V. Rezchikov // *Österreichisches Multiscience Journal (Innsbruck, Austria)*, 2019. – Vol. 2, No22. – С. 7-11.
6. Timar I. V. The applying of crowd-technologies in marketing ativities of small-scale businessin Ukraine / I. V. Timar// *Proceedings of XV International scientific conference « Millennium science»*Feb 16, 2018. – Morrisville, Lulu Press. – 2018. – P. 79–81.