

НАПРЯМИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Статтю присвячено аналізу напрямів інноваційного розвитку телекомунікаційних підприємств. Розглянуто та обґрунтовано впровадження напрямку розвитку підприємства, що базується на виконанні масового виробництва індивідуалізованих замовлень конкретних споживачів певної послуги чи товару відповідно до вимог споживача. Обґрунтовано важливість розуміння інтелектуального капіталу у процесі запровадження інновацій.

Звернено увагу на необхідність освоєння і впровадження нових форм надання послуг і методів обслуговування клієнтів, в тому числі шляхом розширення видів інтернет послуг, інтернет торгівлі, експрес-обслуговування, дистанційного обслуговування, режиму on-line

Ключові слова: конкурентоспроможність, підприємства, телекомунікації, інноваційність.

Постановка проблеми. На сьогоднішній день телекомунікаційна галузь є важливим елементом, що забезпечує роботу багатьох напрямів діяльності держави, бізнесу, суспільства. В умовах постійного збільшення кількості компаній на телекомунікаційному ринку, гостро постає питання забезпечення прибутковості, конкурентоспроможності та ефективної діяльності компаній. Досягнення бажаних результатів компанією можливе за наявності висококваліфікованого персоналу відповідної кількості, який не лише працює на підприємстві, але й планує свою подальшу професійну діяльність та розвиток у цій організації. Важливою умовою забезпечення високого рівня конкурентоспроможності підприємства, вчасної реакції на фактори впливу зі сторони бізнес-середовища є розробка організаційно-економічного механізму управління персоналом, який базується на використанні новітніх управлінських методик і технологій для мотивації, збереження та розвитку професійного й особистісного рівня працівників.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженнями теоретичних та практичних положень формування й особливостей розвитку інноваційних систем протягом останніх років займались багато зарубіжних науковців, таких як А. Брамвелл, Х. Брачик, П. Ванг, Г. Етцкович, Л. Лідесдорф, Ф. Кук, К. Сейбл. Серед вітчизняних дослідників слід відзначити О. Гудзь, З. Варналій, М. Данилович, С. Легомінова, О. Марченко, В. Реутова, П. Стецюк, Л. Федулову, О. Христенко тощо.

Метою статті є дослідження важливості та ролі впровадження сучасних напрямів інноваційного розвитку для вітчизняних телекомунікаційних підприємств. Визначення та обґрунтування напрямків, що характеризують інноваційний розвиток телекомунікаційних підприємств.

Виклад основного матеріалу. Сучасні процеси змін на світовому ринку, бурхливий розвиток телекомунікаційних засобів, зростання їх доступності, процеси перетворення економіки у цифрову економіку вимагають аналізу і розробки підходів до вдосконалення процесів управління на підприємстві. Вже сьогодні підприємство вимушене діяти під впливом та у рамках цифрової світової економіки. Отже, пошук напрямків інноваційного розвитку та управління підприємств у сфері послуг має реалізовуватися за допомогою аналізу сучасних тенденцій світового ринку, який характеризується значною конкуренцією. Удосконалення інноваційної діяльності підприємств обумовлюються перспективними напрямками надання інноваційних послуг та інновацій в управлінні підприємствами. При цьому інновації

виступають як основа підвищення ефективності виробництва, якості та конкурентоспроможності послуг та продукції, що веде до зниження витрат. Отже, стратегічною лінією розвитку сучасних підприємств є використання інновацій.

Як інновації в сфері послуг можна розглядати результат інноваційної діяльності – сервісний продукт, технологія або нова організація управління, яка здатна більш ефективно задовольняти потреби споживачів. Необхідність впровадження інновацій стимулює конкурентна боротьба і цілий ряд інших вимог ринку. Важливість їх використання також обумовлюється мінливими споживчими запитами і вимогами споживачів.

Сьогодні прогресивні підприємства мають такі риси:

- усвідомлення, що постійні інновації це ключ до виживання і розвитку, тоді, як разові і епізодичні зміни малокорисні;
- розуміння того, що потрібні лише ті інновації, які створюють нову цінність для нинішніх і потенційних споживачів.

Успішне функціонування підприємства в значній мірі зумовлюється відкритістю до інновацій і здатністю керівництва виявляти нові потреби в послугах, враховувати нові тенденції, що зароджуються та запити споживачів, що з'являються [3]. Важливим є вміння керівників і фахівців вловлювати слабкі зміни ринкових потреб, володіння навичками аналізу та інтерпретації інформації економічного, фінансового, організаційно-правового, соціального, суспільно-політичного характеру.

Зарубіжні дослідники акцентують увагу на тому, що «цінність зміщується від продуктів до сервісних рішень і взаємодії» аналізуючи такі ініціативи, що пов'язані з сервісними напрямками (маркетингом, логістикою, інжинірингом, послугами впровадження) за образним висловом, «продукти треба перетворити в послуги». На нашу думку у цьому є великий резерв інноваційного розвитку для вітчизняних підприємств сфери послуг телекомунікацій. Вони могли б розвивати успішну співпрацю з виробниками продукції, які, як правило, не мають достатніх знань саме у інфокомунікаційній сфері, і така співпраця у створенні відповідних інформаційних і організаційних сервісів підтримки такої продукції була б взаємовигідною, що однак вимагає забезпечення інновацій в управлінні. Одним з факторів, що обумовлюють необхідність інновацій є подвійність ролі споживача на ринку послуг, що обумовлено певними змінами. Якщо раніше споживач був тільки об'єктом в процесі надання послуги, то сьогодні він вступає у взаємини як з виробниками, так і з посередниками, по суті контролює і направляє їх діяльність, і навіть здійснює оцінку якості результатів діяльності через реакцію, наприклад, у соціальних мережах.

Сьогодні багато говориться про важливість і необхідність інновацій, однак, не береться до уваги, що інновації самі по собі без цінності для споживача не принесуть прибутку. Тому вони повинні бути тісно пов'язані з тією корисністю, привабливістю і ціною доступністю для конкретних категорій клієнтів, на яких розраховані ті чи інші інноваційні послуги. Вміння обслуговувати окремих споживачів, тобто персоналізувати послугу і залучати до її створення, вимагає тісної взаємодії зі споживачами. Крім того, заслуговує увагу тенденція розвитку нової системи: виконання масовим виробництвом індивідуалізованих замовлень конкретних споживачів (покупців, клієнтів) певної послуги чи товару відповідно до вимог (наприклад, за розмірами, кольором, додатковим деталям) споживача. Таке функціонування системи «масове виробництво на замовлення» стало можливим і економічно виправданим в умовах розвитку глобалізації ринків, електронних комунікацій, створення гнучких виробництв і технологій, розширення асортименту послуг і товарів, спектра інформаційних, маркетингових, логістичних послуг. У зв'язку з таким розвитком масового виробництва товарів на замовлення в логістичній ланці з'явилися певні сервісні можливості для інфокомунікаційних сервісних підприємств щодо інформаційних, аналітичних та інших функцій, які можуть стати ще одною інноваційною послугою для цих підприємств [1].

Проведений аналіз наукової літератури також показав, що сьогодні існує тенденція до розуміння важливості інтелектуального капіталу у процесі запровадження інновацій. До основних факторів інновацій відносять і людський інтелектуальний ресурс. Якщо раніше головними були праця і капітал, то тепер у рамках сучасної економіки не менш важливим стає

інтелектуальний капітал. Економісти П. Ромер і Р. Солоу відзначали, що в цілому тільки 50% приросту ВВП може бути пояснено зростанням трудових ресурсів і фізичного капіталу, а інші 50% припадають на інтелектуальний капітал.

Інтелектуальний капітал підприємства визначає якість його системи управління та визначає впровадження інновацій у технології виробництва і послуг, і потім стає їх головною складовою. Носіями інтелектуального капіталу є як професіонали з унікальними і важко замінними здібностями, так і перспективні творчі кадри з нестандартним інноваційним мисленням. Можна сказати, що інтелектуальним капіталом володіють люди будь-яких професій і спеціальностей, а їх капіталом стає здатність до створення інноваційних ідей і пропозицій. Адже саме унікальні здібності талановитих співробітників, включаючи творчість, адаптивність, інноваційність, співпрацю, креативність при виконанні робіт і послуг стають вирішальним фактором розвитку сервісних підприємств [2].

Отже, завдання інновацій в управлінні людськими ресурсами – це не тільки відбір компетентних і зацікавлених працівників, а й уміння їх утримувати, розвивати їх професійну компетентність. В цьому випадку людські ресурси виступають не тільки основним елементом надання послуг чи виробництва нової продукції, але і основою розвитку підприємства. Фахівець – це не тільки сума витрат, але і фактор, що збільшує прибуток, продуктивність і інтенсивність праці. Тому очевидна економічна необхідність капіталовкладень у становлення творчого потенціалу будь-якого співробітника підприємства, а також створення критеріїв для повного виявлення здібностей і можливостей персоналу при втіленні інновацій [5].

Формування інновацій пов'язане з розвитком додаткових і супутніх послуг, освоєнням і впровадженням нових форм надання послуг і методів обслуговування клієнтів, в тому числі шляхом розширення видів інтернет послуг, інтернет торгівлі, експрес-обслуговування, дистанційного обслуговування, режиму on-line [6].

Можна вказати особливості впливу інтелектуального капіталу на інновації:

- формування інтелектуального капіталу здійснюється через накопичення знань, навичок, досвіду;
- інвестиції в інтелектуальний капітал повинні забезпечувати його власнику отримання більш високого доходу;
- характер і види інвестицій в інтелектуальний капітал обумовлені історичними, національними, культурними особливостями і традиціями;
- вкладення в інтелектуальний капітал дають досить значні за обсягом, тривалі за часом і інтегральні за характером економічний і соціальний ефекти. Інвестиційний період у інтелектуального капіталу значно довший, ніж у фізичного і становить в середньому від одного року до п'яти років, а у такої форми вкладення в інтелект, як освіта, інвестиційний період може досягати 12-20 років, продовжуючись у подальшому все трудове життя.

Висновки. Розглянуті напрями розвитку забезпечать ефективне та конкурентоздатне функціонування підприємства. Сьогодні конкурентоспроможним може бути підприємство, головним принципом діяльності якого є використання знань для забезпечення свого зростання і розвитку. Інновації, що базуються на використанні інтелектуального потенціалу, освоєнням і впровадженням нових форм надання послуг і методів обслуговування клієнтів стають основним джерелом економічного розвитку підприємства.

Список використаної літератури

1. Афанасьєв М.В., Гончаров А.Б. Економіка підприємства: навч. метод. посібник. Харків. ВД «ІНЖЕК», 2005. 410 с.
2. Грозна В.В. Підвищення конкурентоспроможності економіки України як передумова співробітництва з ЄС. Актуальні проблеми економіки. 2006. 130 с.
3. Гудзь О. Є. Роль інновацій щодо забезпечення конкурентоспроможності та ефективності підприємства: монографія. Харків: ХНТУСГ, 2015. 326 с.

4. Економіка України в дослідженнях і прогнозах: 20 років діяльності Інституту економіки та прогнозування НАН України: монографія. Київ. НАН України, ДУ «Ін-т екон. та прогноз. НАН України», 2018. 568 с.
5. Офіційний веб портал Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері зв'язку та інформатизації. URL: <https://nkrzi.gov.ua/>
6. Сосновська О.О. Система економічної безпеки підприємств зв'язку: монографія. Київ: Центр учбової літератури, 2019. 437 с.

REFERENCES

1. Afanasyev, M.V., Goncharov A.B. (2005). *Ekonomika pidpriemstva* [Economics of the enterprise]. Kharkiv. VD «INZHEK».
2. Grozna, V.V. (2006). *Pidvishchennya konkurentospromozhnosti ekonomiki Ukraini yak peredumova spivrobotnitstva z ES* [Improving the competitiveness of Ukraine's economy as a prerequisite for cooperation with the EU]. Vydavnytstvo NAU.
3. Gudz, O.E. (2015). *Rol' innovatsiy shchodo zabezpechennya konkurentospromozhnosti ta efektyvnosti pidpriemstva* [The role of innovations to ensure competitiveness and efficiency of the enterprise]. Kharkiv. KhNTUSG.
4. *Ekonomika Ukrainy v doslidzhenniakh i prohnozakh: 20 rokiv diialnosti Instytutu ekonomiky ta prohnozuvannia NAN Ukrainy* (2018). [The Economy of Ukraine in Research and Forecasting: 20 Years of the Institute of Economics and Forecasting NAS of Ukraine]. NAS of Ukraine, State Institution «Inst. and predicted. NAS of Ukraine», Kyiv.
5. *Ofitsiynyi veb portal Natsionalnoi komisii, scho zdiysnyue derjavne reguluvannya u sferi zv'yazku ta informatizatsii* [The official web portal of the National Commission for State Regulation in the Field of Communication and Informatization]. Retrived from <https://nkrzi.gov.ua/>
6. Sosnovskaya, O.O. (2019). *Sistema ekonomichnoi bezpeki pidpriemstv zv'yazku* [System of economic security of communication enterprises]. Kyiv. Center for Educational Literature.

НАСАД НЕОНИЛА ВИКТОРОВНА. НАПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ. *Статья посвящена анализу направлений инновационного развития телекоммуникационных компаний. Рассмотрены и обоснованы внедрения направления развития предприятия, основанной на выполнении массового производства индивидуализированных заказов конкретных потребителей определенной услуги или товара в соответствии с требованиями потребителя. Обоснована важность понимания интеллектуального капитала в процессе внедрения инноваций.*

Обращено внимание на необходимость освоения и внедрения новых форм оказания услуг и методов обслуживания клиентов, в том числе путем расширения видов интернет услуг, интернет торговли, экспресс-обслуживания, дистанционного обслуживания, режима on-line.

Ключевые слова: *конкурентоспособность, предприятия, телекоммуникации, инновационность.*

NASAD NEONILA. DIRECTIONS OF INNOVATIVE DEVELOPMENT OF TELECOMMUNICATION ENTERPRISE. *The article is devoted to the analysis of directions of innovative development of telecommunication enterprises. The introduction of the direction of enterprise development based on the mass production of individualized orders of specific consumers of a particular service or product in accordance with consumer requirements is considered and substantiated. The importance of understanding intellectual capital in the process of innovation is substantiated.*

Attention is drawn to the need to develop and implement new forms of services and methods of customer service, including by expanding the types of Internet services, Internet commerce, express service, remote service, on-line mode

Key words: *competitiveness, enterprises, telecommunications, innovation.*