

УДК 338.2

Степовий С. М., аспірант
Уманський державний педагогічний університет
імені Павла Тичини, м. Умань, Україна
науковий керівник: д-р. екон. наук., професор **Світовий О. М.**

СУЧАСНІ МОДЕЛІ В УПРАЛІННІ ІННОВАЦІЙНИМИ ПРОЦЕСАМИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ

В реаліях сьогодення інновації – це не просто модне слово, а стратегічний імператив для підприємств, які прагнуть процвітати в умовах зростаючої конкуренції та швидкого розвитку ринку. По суті, інновація – це процес перетворення ідей на товари чи послуги, які створюють цінність, за які клієнти готові платити. Однак природа управління інноваціями що є тим, як підприємства та організації просувають нові ідеї до ринкового успіху, останніми роками зазнала значних трансформацій.

Історично склалося так, що інновації часто розглядалися як лінійний процес, головним рушієм якого були внутрішні дослідження та розробки (Research and Development – R&D). Ця традиційна модель була акцентована на секретності та захисті інтелектуальної власності для збереження конкурентних переваг. Однак цей підхід поступово поступається місцем більш динамічним, відкритим і спільним моделям інновацій. Ці новіші моделі визнають, що цінні ідеї та досвід часто лежать поза межами організації, і що використання зовнішніх джерел інновацій може значно підвищити креативність, знизити витрати та прискорити інноваційний процес.

Інноваційні моделі, керовані даними (DDI). Поява великих даних та передової аналітики змінила ландшафт управління інноваціями. Інновації, керовані даними (DDI), використовують величезні обсяги даних для виявлення взаємозв'язків, прогнозування тенденцій та прийняття обґрунтованих рішень, тим самим підвищуючи ефективність інноваційного процесу та його результати. Цей підхід дозволяє підприємствам використовувати потенціал даних для розуміння потреб клієнтів, оптимізації операцій та виявлення нових можливостей для інновацій [1] [2].

Інтеграція інновацій на основі даних (DDI) на підприємствах

революціонізує спосіб, у який організації розробляють та впроваджують інноваційні рішення. Використовуючи величезні обсяги даних, компанії тепер можуть отримувати цінну інформацію, передбачати ринкові тенденції та розвивати культуру прийняття обґрунтованих рішень.

Підприємства використовують потенціал інновацій на основі даних, збираючи, аналізуючи та інтерпретуючи великі масиви даних для формування своїх інноваційних стратегій. Цей процес включає кілька ключових кроків:

1. Збір даних: підприємства збирають дані з різних джерел, включаючи взаємодію з клієнтами, операційні процеси та зовнішні ринкові тенденції.

2. Аналіз даних: передові інструменти аналітики та штучного інтелекту (ШІ) використовуються для аналізу зібраних даних, виявлення закономірностей, кореляцій та взаємозв'язків, які раніше не були очевидними.

3. Застосування взаємозв'язків: взаємозв'язки, отримані в результаті аналізу даних, потім застосовуються в інноваційному процесі, спрямовуючи розробку нових продуктів, послуг і бізнес-моделей, які тісно пов'язані з потребами та можливостями ринку [1].

Таким чином, інновації на основі даних (DDI) забезпечують більш гнучкий, оперативний підхід до інновацій, що дозволяє підприємствам швидко адаптуватися до мінливої динаміки ринку і зберігати конкурентну перевагу. Прогнозні можливості такої моделі також відіграють вирішальну роль у визначенні нових тенденцій і технологій, допомагаючи підприємствам в реалізації інноваційних процесів.

Інноваційні моделі з використанням штучного інтелекту. Технології штучного інтелекту значно прискорили темпи досліджень і розробок (R&D) у різних галузях. Використовуючи алгоритми машинного навчання, компанії можуть:

– прогнозувати тенденції: ШІ допомагає визначати нові тенденції та поведінку споживачів, аналізуючи величезні обсяги даних, що дозволяє компаніям випереджати вимоги ринку;

– прискорити розробку продуктів: завдяки швидкому створенню прототипів і моделюванню ШІ скорочує час і витрати, пов'язані з розробкою

нових продуктів, збільшуючи швидкість їх виведення на ринок і потенціал для інновацій [3].

Штучний інтелект пропонує інструменти та ідеї, які допомагають компаніям ефективніше та результативніше орієнтувати свої пропозиції:

- персоналізований маркетинг: алгоритми ШІ аналізують дані про клієнтів, щоб адаптувати маркетингові зусилля, гарантуючи, що правильні продукти досягають потрібної аудиторії в потрібний час;

- оптимізовані ланцюги поставок: ШІ оптимізує операції в ланцюгах поставок, прогножуючи коливання попиту й автоматизуючи управління запасами, забезпечуючи тим самим своєчасну й економічно ефективну доставку продукції;

- автоматизація бізнес-процесів: автоматизуючи рутинні завдання, ШІ дозволяє компаніям зосередитися на основній інноваційній діяльності, підвищуючи продуктивність та операційну ефективність;

- нові ціннісні пропозиції: ШІ дозволяє створювати нові ціннісні пропозиції, такі як послуги та продукти на основі ШІ, відкриваючи нові потоки доходів і конкурентні переваги;

- етичні та управлінські міркування: оскільки ШІ стає невід'ємною частиною інновацій, вирішення етичних проблем і створення надійної системи управління стають обов'язковими для забезпечення відповідального використання та довіри між зацікавленими сторонами [3].

Отже, інтеграція штучного інтелекту в машинне навчання та бізнес-процеси – це кардинальна зміна в інноваційному ландшафті. Використовуючи можливості штучного інтелекту, компанії можуть не лише вдосконалити свої поточні пропозиції, а й стати лідерами на абсолютно нових ринках і в нових бізнес-моделях. Оскільки ШІ продовжує розвиватися, його роль у формуванні майбутнього бізнес-інновацій, безсумнівно, зростатиме, створюючи як можливості, так і виклики, які вимагатимуть ретельного дослідження.

Перспективні напрямки майбутніх досліджень. Інтеграція нових технологій: подальші дослідження того, як нові технології, такі як блокчейн, штучний інтелект, квантові обчислення можуть бути інтегровані в практику

управління інноваціями.

1. Сталі та соціальні інновації: дослідження того, як інноваційні процеси можуть вирішувати глобальні виклики, такі як зміна клімату, соціальна нерівність, розвиток відсталих регіонів, проблеми у сфері охорони здоров'я.

2. Вимірювання впливу інновацій: розробка більш детальних показників та систем оцінювання для оцінки соціально-економічного впливу інновацій, що виходять за рамки традиційних фінансових показників.

3. Глобальні інноваційні мережі: дослідження динаміки глобальних інноваційних мереж та шляхів їх оптимізації для сприяння міжнародній співпраці та обміну знаннями.

4. Інклюзивні інновації: зосередження уваги на стратегіях, спрямованих на те, щоб інновації приносили користь усім верствам суспільства, особливо в недостатньо охоплених послугами регіональних громадах [4].

Отже, ландшафт управління інноваціями постійно розвивається під впливом технологічного прогресу, мінливих вимог ринку та глобального соціально-економічного середовища. Створюючи середовище, в якому цінується креативність, співпраця та інклюзивність, підприємства можуть не лише стимулювати власне зростання, але й сприяти досягненню ширших цілей сталого розвитку та суспільного добробуту.

Література

1. Luo J. Data-Driven Innovation: What Is It. *IEEE Transactions on Engineering Management*. 2021. November 2. DOI: <https://doi.org/10.2139/ssrn.3951983> (дата звернення: 02.04.2024).

2. Samarasinghe S., Lokuge S. Data-driven Innovation: Understanding the Direction for Future Research. *ResearchGate*. 2022. URL: https://www.researchgate.net/publication/366063475_Data-driven_Innovation_Understanding_the_Direction_for_Future_Research (дата звернення: 02.04.2024).

3. Soni N., Sharma E., Singh N., Kapoor A. Artificial Intelligence in Business: From Research and Innovation to Market Deployment. *Procedia Computer Science*. 2020. Vol. 167(1). DOI: <https://doi.org/10.1016/j.procs.2020.03.272> (дата звернення: 03.04.2024).

4. Інноваційний імператив: уроки швидкозростаючих компаній. Дослідження від компанії Deloitte. 2021. URL: <https://www.deloitte.com/ug/en/our-thinking/insights/topics/leadership/cio-insider-business-insights/technology-leadership-cio-innovation.html> (дата звернення: 03.04.2024).