

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Сумський державний університет

Науково-навчальний інститут бізнесу, економіки та менеджменту
(повна назва інституту/факультету)

Кафедра економіки, підприємництва та бізнес-адміністрування
(повна назва кафедри)

«До захисту допущено»

Завідувач кафедри

_____ Олександра КАРІНЦЕВА

(підпис)

(Ім'я та ПРІЗВИЩЕ)

_____ 20__ р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття освітнього ступеня бакалавр

(бакалавр / магістр)

зі спеціальності 051 Економіка,

(код та назва)

освітньо-професійної програми Економіка і бізнес

(освітньо-професійної / освітньо-наукової)

(назва програми)

на тему: Оцінка інформаційного забезпечення інноваційного розвитку підприємства

Здобувача(ки) групи ЕН-92/1е
(шифр групи)

Купченко Анастасії Сергіївни
(прізвище, ім'я, по батькові)

Кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело.

_____ (підпис)

Анастасія КУПЧЕНКО

(Ім'я та ПРІЗВИЩЕ здобувача)

Керівник

к.е.н., доцент Ірина ДЕГТЯРЬОВА

(посада, науковий ступінь, вчене звання, ім'я та ПРІЗВИЩЕ)

_____ (підпис)

Суми – 2023

*Міністерство освіти і науки України
Сумський державний університет*

**КАФЕДРА ЕКОНОМІКИ, ПІДПРИЄМНИЦТВА
ТА БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ**

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувачка кафедри економіки,
підприємництва
та бізнес-адміністрування
_____ Олександра КАРІНЦЕВА
«24» травня 2023 р.

**ЗАВДАННЯ
до кваліфікаційної роботи
для здобуття освітнього ступеня «бакалавр»**

Студента(ки) групи ЕН-92/1е, 4 курсу ННІ БіЕМ

Спеціальність: 051 «Економіка»

Освітня програма: 6.051.00.06 «Економіка і бізнес»

Купченко Анастасія Сергіївна

(прізвище, ім'я, по батькові)

Тема кваліфікаційної роботи: Оцінка інформаційного забезпечення
інноваційного розвитку підприємства

Затверджена наказом по СумДУ № 0551-VI від 23.05.2023 р.

Термін подання здобувачем вищої освіти завершеної кваліфікаційної
роботи: до «14» червня 2023 р.

Вихідні дані до роботи: роботи українських та зарубіжних фахівців,
статті з економічних журналів, статистичні дані, інформація з
інтернет-ресурсів.

Зміст основної частини кваліфікаційної роботи (перелік питань, що
підлягають розробленню):

1. Сутність інформаційного забезпечення в умовах активної
цифровізації підприємств

2. Основи інноваційного розвитку підприємства під впливом глобалізації економіки та залучення до нього інформаційного забезпечення
3. Аналіз попиту підприємств та залучення інформаційного забезпечення для формування інноваційної стратегії підприємства
4. Цифрові інновації як найбільш прогресивний спосіб утримання конкурентоздатності підприємства
5. Приклади світового досвіду користування інформаційним забезпеченням для подальшої розбудови інновацій на базі підприємств
6. Способи удосконалення інформаційного забезпечення підприємства в умовах швидкої зміни трендів в економіці

Перелік ілюстрацій (мають бути представлені під час захисту):

1. Підходи визначення поняття «інформаційне забезпечення підприємства»
2. Основні етапи реалізації інновацій
3. Попит на публічні опитування серед компаній у період з 2017 по 2022 роки на одну компанію
4. Попит на впровадження інноваційних технологій в діяльність підприємств
5. Різновиди залучення інформаційного забезпечення для розбудови інновацій

Дата видачі завдання: «17» квітня 2023 р.

Керівник кваліфікаційної роботи: к.е.н., Ірина ДЕГТЯРЬОВА
(вч. звання, Ім'я та ПРІЗВИЩЕ)

Завдання прийняв(ла) до виконання: «__» _____ 20__ р. _____
підпис студента(ки)

АНОТАЦІЯ

кваліфікаційної роботи бакалавра

на тему:

Оцінка інформаційного забезпечення інноваційного розвитку підприємства

(назва кваліфікаційної роботи)

Купченко Анастасія Сергіївна

(прізвище, ім'я, по батькові студента)

Обрана тема є актуальною з огляду на збільшення важливості та зміцнення ролі інформації в діяльності підприємства на всіх доступних рівнях та процесах. Все більше підприємств долучаються до розвитку власного інноваційного потенціалу, оскільки це один з базових факторів, який сприяє утриманню компанії на ринку та можливості отримувати бажаний дохід. Проте така тенденція буде зберігатись тільки у тому випадку, якщо продукт підприємства буде «новим», відрізнитись від конкуруючих за рахунок інноваційного підходу, що впливає на сприйняття потенційних покупців. Саме тому інноваційний розвиток потребує багато збору, моніторинг та користування всією доступною інформацією, яка допоможе сформувати інноваційний продукт або технологію його виробництва, що може позитивно вплинути як на прибуток компанії, так і на соціальні, культурні та інші фактори, до яких цей самий продукт може долучатись у ході реалізації.

доцільним є більш детальне вивчення таких явищ як інформаційне забезпечення та інноваційний розвиток підприємства з метою подальшого прогнозування розвитку стратегій підприємств у бізнес-середовищі за допомогою отриманих результатів дослідження.

Метою кваліфікаційної роботи є аналіз теоретико-методологічних підходів до трактування понять інформаційне забезпечення та інноваційний розвиток підприємства та прогнозування способів їх удосконалення для підвищення ефективності діяльності підприємства.

Об'єктом дослідження є інформаційне забезпечення інноваційного розвитку підприємства.

Предметом дослідження виступають фінансово-економічні відносини, які

виникають в процесі реалізації інноваційного потенціалу підприємства на основі інформаційного забезпечення.

У першому розділі розглянуто теоретичні аспекти інформаційного забезпечення як одного з основних інструментів інноваційного розвитку підприємства. Другий розділ містить аналіз основних тенденцій застосування інноваційного забезпечення в контексті залучення інновацій для підвищення конкурентоздатності підприємства. Третій розділ присвячено розгляду питання удосконалення напрямів інформаційного забезпечення інноваційного розвитку підприємств України.

За результатами роботи зроблено висновки та пропозиції щодо способів удосконалення інформаційного забезпечення підприємства в умовах швидкої зміни трендів в економіці.

Ключові слова: цифровізація, інформаційне забезпечення, інноваційний розвиток, конкурентоздатність.

Основний зміст кваліфікаційної роботи викладено на 41 сторінці, з яких список використаної літератури із 50 найменувань. Робота містить 5 рисунків.

Рік захисту роботи – 2023 рік.

ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯК ОДНОГО З ІНСТРУМЕНТІВ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА	9
1.1 Сутність інформаційного забезпечення в умовах активної цифровізації підприємств.....	9
1.2 Основи інноваційного розвитку підприємства під впливом глобалізації економіки та залучення до нього інформаційного забезпечення	14
РОЗДІЛ 2. ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ ЗАСТОСУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ В КОНТЕКСТІ ЗАЛУЧЕННЯ ІННОВАЦІЙ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОЗДАТНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	20
2.1 Аналіз попиту підприємств та залучення інформаційного забезпечення для формування інноваційної стратегії підприємства	20
2.2 Цифрові інновації як найбільш прогресивний спосіб утримання конкурентоздатності підприємства	25
РОЗДІЛ 3 УДОСКОНАЛЕННЯ НАПРЯМІВ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ	30
3.1 Приклади світового досвіду користування інформаційним забезпеченням для подальшої розбудови інновацій на базі підприємств.....	30
3.2 Способи удосконалення інформаційного забезпечення підприємства в умовах швидкої зміни трендів в економіці	34
ВИСНОВКИ.....	39
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:.....	43

ВСТУП

Актуальність теми кваліфікаційної роботи. Обрана тема є актуальною з огляду на те, що інформація на сьогодні стала провідним джерелом впровадження інновацій в діяльність підприємств, розвитку стратегій подальшої їх діяльності та основою взаємодії на ринку як з іншими підприємствами, так і з потенційними клієнтами. Інформаційне забезпечення є необхідною складовою діяльності підприємства та напряду впливає на стан інноваційної діяльності, яка сьогодні відіграє ключову роль в конкурентоздатності кожної компанії. З кожним днем все більше технологій, інформаційних ресурсів стають доступними для ефективної роботи підприємств, так само як і цифрові та виробничі інновації, які мають значний вплив на сучасні тенденції глобального ринку, що дозволяє підприємству збільшувати дохід, утримувати статус та планувати подальший розвиток.

З огляду на це, доцільним є більш детальне вивчення таких явищ як інформаційне забезпечення та інноваційний розвиток підприємства з метою подальшого прогнозування розвитку стратегій підприємств у бізнес-середовищі за допомогою отриманих результатів дослідження.

Мета кваліфікаційної роботи – аналіз теоретико-методологічних підходів до трактування понять інформаційне забезпечення та інноваційний розвиток підприємства та прогнозування способів їх удосконалення для підвищення ефективності діяльності підприємства.

Завдання дослідження, які поставлені та вирішені для досягнення мети роботи:

- проаналізувати сутність інформаційного забезпечення в умовах активної цифровізації підприємств;
- розглянути основи інноваційного розвитку підприємства під впливом глобалізації економіки та залучення до нього інформаційного забезпечення;
- проаналізувати попит підприємств та залучення інформаційного забезпечення для формування інноваційної стратегії підприємства;

- дослідити цифрові інновації як найбільш прогресивний спосіб утримання конкурентоздатності підприємства;
- розглянути приклади світового досвіду користування інформаційним забезпеченням для подальшої розбудови інновацій на базі підприємств;
- сформулювати способи удосконалення інформаційного забезпечення підприємства в умовах швидкої зміни трендів в економіці

Об'єкт дослідження – інформаційне забезпечення інноваційного розвитку підприємства.

Предмет дослідження – фінансово-економічні відносини, які виникають в процесі реалізації інноваційного потенціалу підприємства на основі інформаційного забезпечення.

Методи дослідження, які використовувалися в процесі дослідження та обробки матеріалів: групування, порівняння, узагальнення, статистичний індукції та дедукції, графічний.

Структура роботи. Основна частина кваліфікаційної роботи бакалавра складається з трьох розділів. У першому розділі розглянуто теоретичні аспекти інформаційного забезпечення як одного з інструментів інноваційного розвитку підприємства. У другому розділі проаналізовано основні тенденції застосування інформаційного забезпечення інновацій для підвищення конкурентоздатності підприємства. У третьому розділі сформовано прогнози удосконалення напрямів інформаційного забезпечення інноваційного розвитку підприємств України.

РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯК ОДНОГО З ІНСТРУМЕНТІВ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

1.1 Сутність інформаційного забезпечення в умовах активної цифровізації підприємств

В контексті сучасних економічних умов, стрімкої зміни трендів в усіх сферах суспільного життя та їх цифровізації, відкриття та встановлення нових тенденцій, інформація набуває все більш вагомого значення для діяльності підприємств. Крім того, її безпосередній вплив на функціонування підприємств буквально встановлює певні вимоги для подальшої їх діяльності та розвитку. Доступність інформації сприяє її використанню для прийняття управлінських, технологічних та інших видів рішень, які можуть дати як позитивний, так і негативний відбиток на майбутнє всього підприємства. У даному випадку досить важливим також є вміння користуватись наявними ресурсами інформації, аналізувати її та проектувати на економічну, суспільну, матеріальну чи іншу складову функціонування підприємства. Тому повноцінне інформаційне забезпечення підприємства дасть змогу ефективно використовувати наявні ресурси та ухвалювати рішення, що дають позитивні наслідки для процвітання та збільшення прибутку підприємства.

Саме тому варто проаналізувати сутність поняття «інформаційне забезпечення», основні характеристики та ознаки самого явища, що допоможуть більш чітко розуміти та доцільно використовувати його в межах роботи, а також сформулювати уявлення про його роль в контексті діяльності підприємства.

Звичайно, інформаційне забезпечення є більш узагальненим поняттям та не відноситься виключно до економічної категорії, а може використовуватись у всіх розвинених сферах суспільного життя задля означення важливості інформації в сьогоденному житті кожного представника суспільства. Так, якщо

окреслювати загальне значення, то інформаційне забезпечення – це надання інформації про структуру документів стандартизації продукції (робіт, послуг) та / або процесів, зміни в структурі чи змісті таких документів (частини документів) та розповсюдження документів (частини документів) зі стандартизації продукції (робіт, послуг) та / або процесів [1]. При цьому, таке визначення не має чіткого окреслення формату створення, поширення чи зберігання необхідної інформації, що відкриває можливість отримувати відповідне інформаційне забезпечення із усіх доступних джерел інформації різного формату та походження. Проте сьогодні, в умовах активної цифровізації суспільства, доволі зрозумілим є те, що вся інформація піддається цифровій обробці та розміщується за бажанням користувача в найбільш зручних для нього місцях.

Ми погоджуємось з Серебряк К.І., що доволі тривалий час поняття інформаційного забезпечення використовувалось виключно в межах використання автоматизованих систем управління та тільки через призму комп'ютерного оброблення відповідної інформації як одного з видів забезпечення діяльності підприємства, проте сьогодні його тлумачення дещо змінилось через становлення цього явища як однієї з ознак ефективності управління підприємством [2, с. 68]. На нашу думку, така тенденція напряду пов'язана з тим, наскільки популярним став перехід компаній різного на рівня та їх діяльності на цифровий базис, де створюється, зберігається і поширюється вся інформація без обов'язкового застосування інших способів роботи з інформацією.

Бобровник В.М. та Миколюк О.А. визначають інформаційне забезпечення як систему показників і засобів їх опису, до яких можна віднести класифікатори, коди, економічну документацію та інформаційну базу [3, с. 49]. При цьому, таке забезпечення може трактуватись по-різному всередині самого підприємства, оскільки для кожного працівника доступність та забезпеченість належною інформацією може означати різне. Для одного працівника інформаційна забезпеченість полягає у відомостях щодо кількості та вартості

збутої продукції, для іншого – в інформації щодо відпрацьованих годин працівника відділу тощо.

Більшість науковців, які досліджували поняття інформаційного забезпечення, розглядають його як робота з певною інформацією (оцінка, поширення, обробка тощо), яка призначена для забезпечення підприємства необхідними ресурсами щодо прийняття подальших рішень. При цьому, інша частина дослідників вказують на інформаційне забезпечення як на джерело інформації, що допоможе вирішити конфліктні ситуації, спланувати подальшу стратегію роботи підприємства та вносити зміни в робочий план на основі необхідних показників (Рис. 1.1).



Рисунок 1.1 – Підходи визначення поняття «інформаційне забезпечення підприємства» [4, с. 27; 5, с. 62; 6, с. 12; 7].

Узагальнюючи вже сформовані дефініції, ми можемо сформулювати власне визначення поняття «інформаційне забезпечення підприємства». Інформаційне забезпечення підприємства – це доступна інформація, яка є інструментом управління всіх рівнів підприємства для прийняття екстрених, стратегічних чи

інших рішень, що у подальшому впливають на розвиток та діяльність підприємства як окремих відділів, так і загалом, а також формування його подальшої стратегії у розрізі врахування всіх необхідних факторів, які також формуються на основі певного виду інформації.

Проте важливо зауважити, що сьогодні за рахунок активних процесів цифровізації, які відбуваються на всіх доступних рівнях, інформаційне забезпечення являє собою не тільки інформацію у вигляді певних даних, але також і системне та технологічне забезпечення у вигляді, наприклад, баз даних, певних програм тощо. Все разом це створює інформаційну систему підприємства [8, с. 105].

У свою чергу, цифровізація собою представляє користування цифровими технологіями для зміни бізнес-моделі, отримання можливостей розвитку підприємства та створення нових потоків доходу, що включає в себе інтеграцію цифрових інструментів і систем у різні аспекти діяльності підприємства, починаючи від управління та комунікації та закінчуючи виробництвом, обслуговуванням клієнтів тощо [9]. Сьогодні цифровізація стала невід'ємним процесом кожного підприємства, яке хоче витримувати конкурентоздатність на глобальному рівні, оскільки потенційні клієнти зацікавлені в отриманні послуг як найшвидше, що сьогодні може бути забезпечено тільки завдяки цифровим технологіями.

Саме тут і є важливим інформаційне забезпечення підприємства, яке міститиме та поширюватиме всі необхідні відомості для ефективного ведення бізнесу в таких умовах з потенціалом до збільшення прибутку та кількості клієнтів. Тому структура такого забезпечення, безперечно, дасть можливість більш обґрунтовано використовувати наявні ресурси, розуміти їх пріоритетність та місце в ієрархії всієї інформації, яка необхідна підприємству для ведення діяльності.

Інформаційна система підтримки підприємства включає в себе всі залучені інформаційні ресурси (всі наявні дані, інформація для прийняття рішень), інформаційні технології (набір інструментів (у тому числі технічних)

та інструментів для пошуку, обробки та видачі вихідної інформації), програмне забезпечення (набір засобів), програмного забезпечення для обробки інформації та програмних документів, необхідних для роботи програм, а також кваліфікований персонал, який бере безпосередню відповідальність за створення, експлуатацію та модернізацію інформаційної системи (системні адміністратори, ІТ-спеціалісти, інший службовий персонал) [8, с. 105].

Джерелами інформаційного забезпечення у таких системах можуть бути: нормативні документи (нормативно-правові акти, закони, постанови тощо), планова інформація (бізнес-плани, проекти), фактографічна інформація (бухгалтерські записи з первинних бухгалтерських документів та додаткові записи (висновки перевірок, акти ревізій, договорів тощо)) [10, с. 195].

Інформаційні технології призначені для створення автоматизованих систем управління, таких як MRP (для планування потреб у матеріалах), ERP (для управління ресурсами підприємства та планування зовнішніх відносин), CRM (для управління взаємовідносинами з клієнтами), DSS (для підтримки прийняття рішень). Тому, наприклад, в Україні стали широко використовуватися такі програмні забезпечення як 1С, ЛІГА:ЗАКОН, М.Е.Дос тощо [8, с. 106].

Таким чином, інформаційне забезпечення підприємства – це доступна інформація, яка є інструментом управління всіх рівнів підприємства для прийняття екстрених, стратегічних чи інших рішень, що у подальшому впливають на розвиток та діяльність підприємства як окремих відділів, так і загалом, а також формування його подальшої стратегії у розрізі врахування всіх необхідних факторів, які також формуються на основі певного виду інформації. В умовах активної цифровізації, інформаційне забезпечення має вагомий значення у розбудові та подальшому розвитку підприємства, якщо воно націлене на укріплення своїх позицій на ринку, який поступово розширився до світового рівня. Тому важливим є формування інформаційної системи всередині підприємства, яка забезпечуватиме функціонування підприємства на всіх рівнях як технологічно, так і інформаційно задля прийняття подальших рішень. До інформаційної системи підприємства відносяться нормативні акти,

на основі яких працює підприємство, проекти, бізнес-плани, бухгалтерська звітність тощо.

1.2 Основи інноваційного розвитку підприємства під впливом глобалізації економіки та залучення до нього інформаційного забезпечення

Економічна глобалізація є однією з найпотужніших сил, що сформували післявоєнний світ. Зокрема, міжнародна торгівля товарами та послугами набула все більшого значення за останні 50 років, а міжнародні фінансові потоки – за останні 30 років. Двома головними рушійними силами економічної глобалізації є: зниження витрат на транспортування і комунікації у приватному секторі та зменшення політичних бар'єрів для торгівлі та інвестицій з боку державного сектора. У свою чергу, покращення технологічних процесів та інновації є рушійними силами для зниження транспортних витрат та витрат на комунікації як між компаніями, так і між клієнтами та компаніями [11, с. 2].

Якщо розглядати процеси глобалізації, то існують і інші фактори, які є вигідними та зручними для створення світової економіки. Прогрес у комунікації дозволяє підприємствам визначати можливості для інвестицій. У той же час, інновації в інформаційних технологіях забезпечують негайний зв'язок і швидкий переказ фінансових активів через національні кордони. Покращена фіскальна політика всередині країн і міжнародні торгові угоди між ними також сприяють глобалізації. А політична та економічна стабільність мають прямий вплив на функціонування глобалізаційних процесів [12].

Як можна помітити, інновації займають доволі вагоме місце у глобалізаційних процесах та покликані покращувати виробництво продукції або надання послуг за мінімальною собівартістю та затратами часу. Тому великі компанії в першу чергу звертають увагу на те, що нового вони можуть

принести на ринок, підвищуючи попит на надані послуги, при цьому не використовуючи всі ресурси для цього.

Інновації представляють собою створення й успішне застосування нових ідей в компанії. Це може бути реалізовано як у форматі великого прориву, такого як створення та виведення на ринок нового продукту чи послуги, або ж ряду менших інновацій, таких як пошук кращих чи ефективніших способів роботи та підвищення прибутку. Проте, інновація не є просто наявністю гарною ідеї, яка потенційно може принести успіх. Це більше стосується перетворення нових ідей і вірогідних концепцій у цінність. У свою чергу, цінність може бути комерційною, організаційною, культурною, соціальною тощо [13].

Прикладів застосування інновацій, які зробили компанії успішними, на сьогодні є доволі багато у кожній доступній галузі. Наприклад, компанія Apple внесла вагомий внесок в ринок музики та побутової електроніки, Uber буквально змінив ринок послуг таксі, а Google став фундаментальним в сфері Інтернет-пошуку та реклами тощо [14]. Такі приклади показують, що кожна ніша в бізнесі є доступною для розробки та введення інновацій, які зможуть привернути увагу ринку та сформувати сприятливі умови для їх подальшого використання як потенційними клієнтами, так і конкурентами.

Існують різні підходи до визначення поняття «інноваційний розвиток підприємства», які мають відмінні характеристики та більше характеризують певну сторону діяльності, що підлягає такому розвитку. Наприклад, Шиян Н.І. розглядає інноваційний розвиток підприємства у вигляді процесу, що характеризується спрямованими та закономірними змінами підприємства, джерелом яких виступають інновації та готовність самого підприємства до пошуку нових рішень, ідей та їх реалізації на ринку від його імені [15, с. 3]. Гумба Х. вважає, що інноваційний розвиток підприємства – це цілеспрямований розвиток загальної системи факторів та умов, що необхідні для збільшення та реалізації інноваційного потенціалу підприємства [16, с. 28].

На нашу думку, поняття «інноваційний розвиток підприємства» можна охарактеризувати як тривалий процес розробки та впровадження інновацій в

роботу підприємства на всіх доступних рівнях, що супроводжується зміною підходу до виготовлення товару чи надання послуг з врахованими інноваційними підходами задля підвищення конкурентоздатності підприємства на внутрішньому чи глобальному ринку.

Потреба в стимулюванні інноваційного розвитку підприємства є очевидною з огляду на те, як стрімко розвивається сьогодні суспільство у сфері технологій та наскільки збільшуються запити до продавця з боку потенційного клієнта. Все це вказує на те, що суспільство хоче отримувати кращі послуги за такий самий або, навіть, менший проміжок часу у будь-який час доби і тижня. Саме тут і допомагають інновації в регулюванні всіх необхідних процесів підприємства, оптимізації внутрішнього функціонування компанії тощо.

Як зазначають ряд науковців, то трактувати інноваційний розвиток можна використовуючи два основних підходи [16, с. 27]:

1. Предметно-технологічний підхід передбачає, що за рахунок наукової або ж науково-технічної діяльності буде досягнуто інноваційного розвитку як фінального етапу впровадженої діяльності. Такий підхід, на нашу думку, більше стосується тривалих етапів дослідження та вивчення переваг певних економічних явищ та відноситься до теоретичного втілення в економіці;

2. Функціональний підхід ставить за мету підвищення інноваційного розвитку за рахунок розробки, впровадження та подальшої реалізації інноваційних проектів. Такий формат більше стосується діяльності підприємств, які використовують інновації як для збування їх на ринку, так і покращення внутрішнього функціонування підприємства.

Як зазначає Харів П.С. інноваційний розвиток та діяльність підприємства мають ряд позитивних ознак, які також можуть мати вагомий вплив на тенденції на ринках збуту, залежно від попиту з боку потенційних клієнтів та морально-етичної складової, яка також формується через суспільну думку та їх ставлення до конкретного кейсу. Так позитивний вплив інноваційного розвитку підприємства може полягати у:

збільшенні ролі на ринках збуту через збільшення обсягів виробництва продукції; контролюванні та раціональному використанні сировини та зменшенні її собівартості за рахунок зниження матеріало- та енергомісткості виготовлюваної продукції; підвищення конкурентоспроможності за рахунок оновлення асортименту та формування вдалої маркетингової кампанії [17, с. 50–51].

Доволі цікавим є сам процес створення тих самих інновацій, який є досить тривалим та затратним у часі, починаючи пошуком проблеми, яка потребує вирішення та закінчуючи виходом такої пропозиції на ринок та її підтримка в процесі продажу. Схематично це можна зобразити наступним чином (Рис. 1.2):

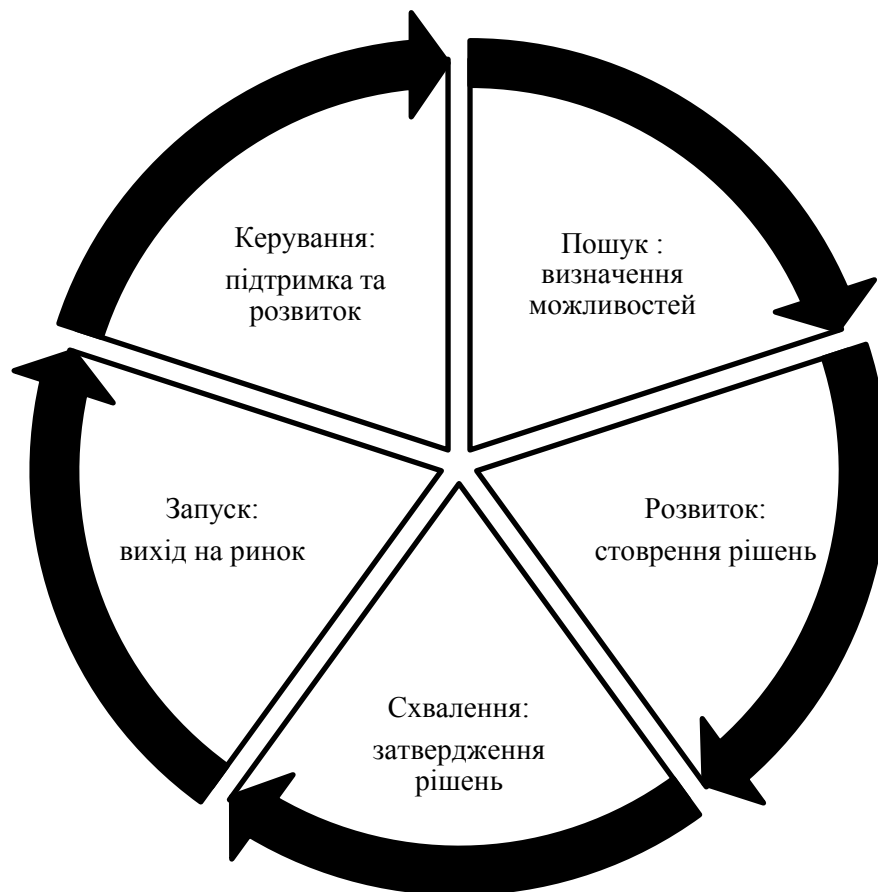


Рисунок 1.2 – Основні етапи реалізації інновацій [18]

В контексті активної глобалізації економіки та постійного розвитку інформаційного забезпечення підприємств, інновації стають фундаментом для

«революційних» змін, які можуть займати необхідну нішу на ринку та отримувати необхідний попит. Сьогодні ринок формується так, що будь-яка інновація, яка впроваджується підприємством, потребує активної рекламної кампанії, залучення всіх маркетингових засобів для формування у кола потенційних клієнтів думки про те, що їм необхідно придбати даний продукт, що «може змінити їх життя» через велику кількість пропозицій на ринку у різних цінових та якісних діапазонах. Проте інноваційні прориви певних компаній, дійсно, стали вирішальними важелями впливу на формування ринків у певних галузях. Те ж саме стосується і внутрішньої побудови та роботи підприємства, оскільки нові підходи можуть значно спростити або замінити певні етапи функціонування не одного відділу, а всього підприємства.

Такі кроки більше стосуються розробки інноваційного внутрішнього забезпечення через реалізацію зручних програм для обрахунку та обліку витрат та доходів, комунікації між працівниками всередині підприємства та працівниками і клієнтами – зовні. Все разом це гармонізує діяльність підприємства, робить його інноваційно ефективним, що також впливає на його інвестування. Важливо відмітити, що інноваційний розвиток підприємства у даному випадку може бути базою для інформаційного забезпечення за рахунок пошуку актуальної проблеми та розробки способів її вирішення як на рівні взаємодії працівників підприємства, так і між підприємством та покупцями.

Інноваційний розвиток підприємства немає такої цінності як самостійне явище, якщо воно не підкріплене фінансовими, інформаційними, кадровими та іншими ресурсами, що забезпечують його розвиток, рух до формування продуктів інноваційного розвитку. Проте саме за його рахунок підприємство сьогодні може гарантувати собі місце на ринку, попри велику конкурентоздатність. У будь-якому випадку, інноваційний розвиток на будь-якому рівні потребує збору, вивчення та упорядкування певної кількості інформації різного характеру, щоб втілювати необхідні концепції в роботу підприємства.

Отже, інноваційний розвиток підприємства – це тривалий процес розробки та впровадження інновацій в роботу підприємства на всіх доступних рівнях, що супроводжується зміною підходу до виготовлення товару чи надання послуг з врахованими інноваційними підходами задля підвищення конкурентоздатності підприємства на внутрішньому чи глобальному ринку. Загалом, виділяють два основні підходи до його трактування, які, в першу чергу, відмінні за постановкою задачі та мети такого розвитку: предметно-технологічний підхід (має більш теоретичний характер) та функціональний підхід (має більш практичний характер). Загалом, можна виділити п'ять основних етап реалізації інновацій на підприємстві: пошук, розвиток, схвалення, запуск та керування. Кожен має свою функцію та покликаний довести до кінця ту інноваційну ідею, яка відповідає всім вимогам на кожному рівні. Інноваційний розвиток також є важливим для інформаційного забезпечення підприємства, адже може вирішувати технологічні, соціальні, матеріальні питання, які необхідні для забезпечення працівників підприємства необхідною інформацією. Це, у свою чергу, дасть можливість приймати актуальні та важливі рішення, формувати подальшу стратегію розвитку підприємства за наявності всіх необхідних відомостей та ресурсів.

РОЗДІЛ 2. ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ ЗАСТОСУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ В КОНТЕКСТІ ЗАЛУЧЕННЯ ІННОВАЦІЙ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОЗДАТНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

2.1 Аналіз попиту підприємств та залучення інформаційного забезпечення для формування інноваційної стратегії підприємства

Оптимізація роботи для кожного підприємства є важливим та необхідним кроком, який допоможе виявити нагальні потреби, що потребують вирішення для подальшої ефективної діяльності компанії. Сьогодні це фактично є однією з умов сталого розвитку, за якої виконується ряд дій для аналізу та вдосконалення вже налагоджених бізнес-процесів всередині компанії за цілями та завданнями, зокрема, що стосується ефективного використання виробничих потужностей та збільшення прибутковості продукції при зниженні собівартості продукції [19, с. 191]. Проте, як вже було зазначено раніше, більшість процесів задля втілення будь-яких покращень у роботу підприємств відбуваються за рахунок інноваційного розвитку компаній як щодо їх продукції, так і внутрішньої роботи. Тому, не менш важливим в аналізі та побудові перспектив розвитку підприємства є його інноваційна стратегія.

Саме поняття стратегії можна визначити як концепцію місії продукту, ринку або технології у межах певної галузі [20, с. 186]. Частіше, це залежить від попиту на ринку та ефективності їх діяльності, проте вибір стратегії для компанії, в першу чергу, базується на наявних можливостях та фінансуванні, враховуючи формат ведення бізнесу та мінливість середовища відносно доступності різних товарів та послуг.

Як правило, інноваційна стратегія підприємств включає діяльність суб'єктів господарювання, яка спрямована на виробництво нової продукції, модернізацію існуючої та впровадження нової технології. Виокремлення рівнів інноваційних стратегій підприємств є корисним, особливо в описовому та

нормативному аспекті. Це є наслідком складності даного типу стратегії та необхідності її ідентифікації.

Можна сказати, що інноваційна стратегія є частиною стратегії компанії, яка відповідає внутрішнім і зовнішнім інноваційним процесам. В описовому контексті стратегія означає закономірність, певну структуру поведінки підприємства під час змін. У нормативному аспекті він являє собою діаграму діяльності компанії щодо навколишнього середовища [21, с. 744].

Важливо розуміти, що глобальна економіка є більш гнучкою та, певною мірою, більш вибагливою до її учасників, тому постійний пошук нових концепцій та нових політик розвитку підприємств (ноу-хау, капітал та інформація) є важливим для утримання місця на будь-якому доступному ринку збуту. На нашу думку, це значно впливає на конкурентоздатність підприємства, формування єдиного завдання, яке має відрізнитись від інших та формувати у потенційних покупців бажання звернутись до нього за чимось «унікальним».

Крім того, правильно обрана інноваційна стратегія допоможе підприємству більш ефективно використовувати власний потенціал та потужності на базі необхідних розробок, які мають привернути увагу потенційних клієнтів. Цей процес є доволі складним та вимагає використання певної кількості фінансових, виробничих, інформаційних та кадрових ресурсів, що не завжди окупається. Проте досить часто це саме через те, що керівництвом затверджено на настільки компліментарну інноваційну стратегію, яка змогла б розкрити потенціал підприємства набагато краще.

Сформувавши визначення інноваційної стратегії підприємства також можна як сформований план використання ресурсів для реалізації інновацій у своїй діяльності, що сприятиме підвищенню вартості активів та конкурентної переваги на ринку. Така стратегія допоможе сформувавши справжні цілі для досягнення успіху в довгостроковій перспективі та об'єднати навколо своїх інновацій груп покупців, які будуть звертатись до них через свою симпатію.

Загалом, інноваційні стратегії поділяють на дві групи [21, с. 745]:

1. Інтроверсія, яка включає:

- Стратегії привабливості продукту та збільшення частки ринку.
- Продуктові стратегії, особливо важливі для доданої вартості.
- Стратегії продуктивності ресурсів і людського капіталу.

2. Екстраверсія, до якої відносять:

- Наступальні стратегії – спрямовані на суб'єктів, які займають незвичайне становище на ринку через їхню значну конкурентну перевагу.
- Оборонні стратегії – стосуються лідерів ринку, які зміцнюють свої позиції на ринку.
- Суперечливі стратегії – прагнуть модифікувати та розвивати продукти для продовження їхнього життєвого циклу на «гібридному» ринку розробки, спрямовані на поєднання поточних і нових технологій, підняття над конкуренцією та залучення основного персоналу компаній-конкурентів.

Як приклад можна розглянути кілька прикладів інноваційних стратегій великих компаній як Samsung, що активно втілюють в своїй продукції та послугах інноваційні задуми. Стратегія компанії в останні роки більше стосувалась поступових інновацій, що можна було чітко прослідкувати в модифікаціях смартфонів та експериментами з їх екранами. Тому, можна сказати, що інноваційний план компанії більшою мірою полягав у диверсифікації свого портфоліо шляхом розширення лінійок продукції різного за ціноюю доступністю, візуальними та технологічними критеріями. Наразі відділ досліджень і розробок досліджує цифрове здоров'я, автономну мобільність, конфіденційність, безпеку, інфраструктуру, штучний інтелект, машинне навчання, інфраструктуру центрів обробки даних та багато іншого. Samsung також стратегічно інвестує в кілька зовнішніх ініціатив, щоб переосмислити свій бренд і бізнес [22].

Як бачимо, на сьогодні будь-яке підприємство може обрати найбільш вигідну та підходящу стратегію, проте всі вони у першу чергу базуються на зібраній інформації щодо продукції та маркетингу відносно неї, менеджменту всередині компанії, якості сировини та її технологічних особливостей тощо. Це показує те, наскільки важливим є інформаційне забезпечення в контексті

розвитку інновацій всередині підприємства та їх втілення в його інноваційну стратегію.

На нашу думку, для збирання такої інформації найбільше підходить ринок публічних опитувань, розвиток та популярність якого найбільше залежить від попиту на такі послуги інших підприємств. Через публічні опитування населення компанія може сформувати нагальну потребу, яка потребує вирішення у певній сфері (наприклад, можливість заміни продукту рефілом і зберіганням пакування, а не покупка повністю нового продукту в косметичній галузі) та сприяти її вирішенню через потенційні інноваційні зміни в підході до виготовлення, пакування, продажу та обслуговування товарів.

Прикладом також може бути бажання компанії відкрити новий бізнес, для чого вона може провести дослідження ринку, щоб перевірити життєздатність свого продукту чи послуги. Якщо дослідження ринку підтверджує зацікавленість споживачів, підприємство може впевнено продовжувати реалізацію свого бізнес-плану. Якщо ні, компанія може використовувати результати дослідження ринку, щоб внести корективи в продукт, щоб привести його у відповідність з бажаннями клієнтів. Що також потребує залучення як пересічного споживача, так і представника фокус-групи для успішного тестування, наприклад, оновленої версії продукту за формулою, пакуванням тощо. Тому думка споживачів в багатьох кроках є вирішальною для успіху нового продукту або того, що вже випускається. Залежно від їх оцінки, зростає або падає попит на продукцію, що напряду впливає на рівень прибутків компанії в тому чи іншому сегменті.

Якщо проаналізувати попит компаній на подібні опитування, то можна помітити, що вони збільшують свою актуальність протягом тривалого проміжку часу та залишаються центральним джерелом отримання відгуків на товари чи послуги (Рис 2.1). При тому, що пандемія COVID-19 внесла значні корективи в подібні опитування, перевівши їх в цифровий формат та, навіть, монетизуючи їх. Так, люди могли проходити опитування стосовно якості товарів, свого ставлення до них та виражати свою думку стосовно потенційно

нових товарів на ринку, які були б їм необхідні, при цьому не виходячи з дому, а в деяких випадках і отримуючи за це гроші.

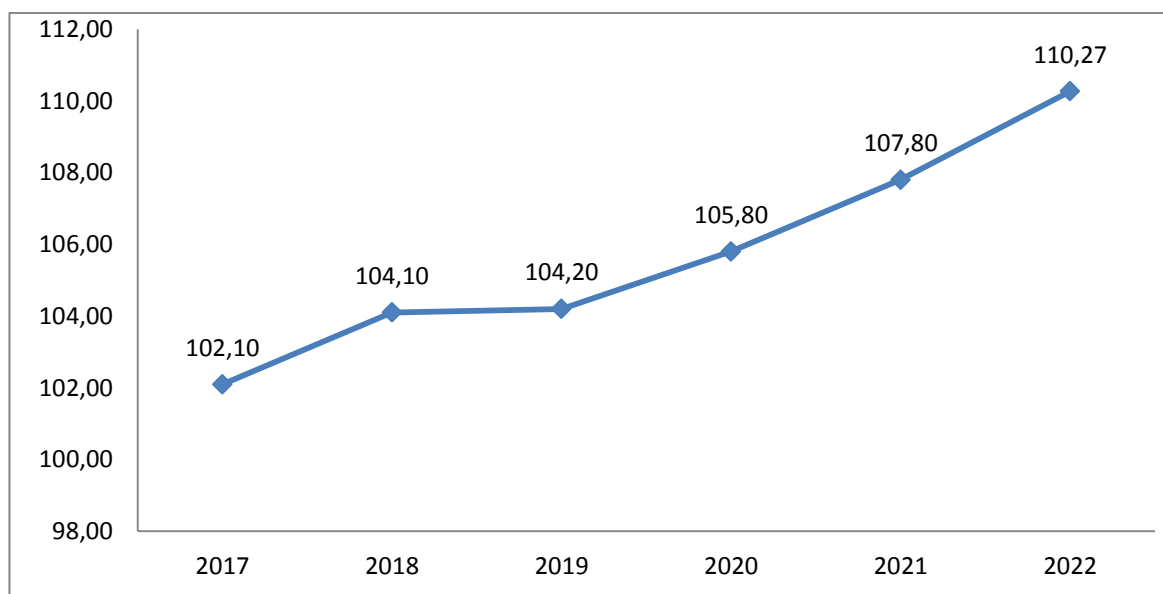


Рисунок 2.1 – Попит на публічні опитування серед компаній у період з 2017 по 2022 роки на одну компанію, опит. на підприємство [23]

Отже, інноваційна стратегія підприємства – це сформований план використання ресурсів для реалізації інновацій у своїй діяльності, що сприятиме підвищенню вартості активів та конкурентної переваги на ринку. Така стратегія допоможе сформуванню справжніх цілей для досягнення успіху в довгостроковій перспективі та об'єднати навколо своїх інновацій групу покупців, які будуть звертатись до них через свою симпатію. Завдяки їй підприємство може більш чітко сформуванню основні завдання своєї діяльності та простежити невідповідності, які не сприяють їх досягненню. Проте будь-які інновації, особливо на ринках збуту, потребують великого залучення потенційних покупців, адже саме їх думка та ставлення до «інноваційного продукту» напряму буде впливати на темпи та об'єми продажів компанії. Тому для цього залучається повноцінне інформаційне забезпечення щодо думки фокус груп та пересічних покупців на всіх рівнях розробки та втілення інновацій у продукції компанії. Як показує статистика, показники попиту на опитування з кожним роком зростають, що показує те, наскільки часто компанії

звертаються до такого методи збору та обробки інформації для успішної реалізації інновацій від імені підприємства.

2.2 Цифрові інновації як найбільш прогресивний спосіб утримання конкурентоздатності підприємства

У ході стрімкого розвитку економіки, великої кількості потенційних продавців товарів та послуг на ринку, втримати діяльність компанії конкурентоспроможною є великим викликом для кожного підприємця. Це пов'язано з тим, що кожен намагається привернути увагу покупця новими товарами, розробками, обслуговуванням або іншими способами, які психологічно чи візуально виділятимуться серед інших, схожих за концепцією, товарів. Тому, кожне підприємство готове витратити кошти заради необхідної реклами та потенційних продажів.

Через це все більше компаній звертаються до цифрових інновацій, які сприяють формуванню сприятливої маркетингової стратегії товару чи послуг, а також можуть підвищити внутрішню ефективність компанії для, наприклад, налагодження роботи з клієнтами, ведення вартісного та кількісного обліку тощо. До цифрових інновацій також можна віднести цифрові трансформації та оцифрування інформації, які буди та залишаються сьогодні актуальними в контексті інформаційного збагачення підприємств.

Саме поняття «цифрові інновації» має широкий перелік визначень, кожне з яких підкреслює важливість застосування цифрових технологій для їх реалізації. Так, наприклад, цифрові інновації розглядаються як створення (включаючи подальшу зміну) ринкових пропозицій, бізнес-процесів або ж моделей, які є прямим результатом цифрових технологій, включають в себе процеси оцифровки, що є невід'ємною частиною нової ідеї, та / або ж виступають в якості розробки, розповсюдження або асиміляції маркетингової

чи виробничої ідеї [24, с. 224]. Також цифрові інновації розглядаються як рекомбінація цифрових компонентів у багат шаровій модульній архітектурі для створення нової цінності для користувачів або потенційних користувачів послуги [25, с. 312].

Ми також можемо сформулювати своє визначення вказаного поняття та розглядати цифрові інновації як інновації, що можливі за рахунок використання цифрових технологій на всіх доступних рівнях та способах та приводять до створення нових форм цифровізації в маркетинговому, виробничому, аналітичному чи іншому сегменті діяльності підприємства.

До цифрових інновацій можна включити:

- Розробки нових технологічних стратегій в існуючих бізнес-процесах підприємства;
- Вибір щодо прийняття та впровадження в свою діяльність нового програмного забезпечення чи платформ;
- Рішення, щодо переходу з аналогових процесів до цифрових [26].

Проте не можемо сказати, що такий перелік наразі є вичерпним, оскільки суспільство постійно розвивається, а сфера цифрових технологій поповнюється новими опціями кожного дня, що доволі швидко змінює стан актуальності певних цифрових процесів та продуктів. До цифрових інновацій також можна додати розробку та форматування програмного забезпечення як під визначені інтереси компанії, так і конкретні виробничі чи аналітичні процеси, втілення цифрових технологій в маркетингову стратегію та менеджмент щодо кожного рівня забезпечення для кращої співпраці між відділами тощо.

Коли йдеться про розробку цифрових інновацій, отримані рішення часто втілюють характеристики продуктів і послуг одночасно, тому їх часто описують як сервісні інновації або системи продукт-послуги. Наприклад, перспектива логіки домінування послуг (логіка S-D), що походить із дисципліни маркетингу, переосмислює послугу як застосування спеціальних знань через процес спільного створення вартості в мережі постачальників, клієнтів, бенефіціарів та інших учасників. Це поняття послуги також означає,

що інновації в сфері послуг є мережевим процесом спільної роботи зі створенням цінності, що забезпечується складними соціально-технічними системами з рекомбінованими цифровими ресурсами.

Наприклад, величезні можливості для аналітики та автоматизації, створені завдяки поєднанню великих даних, роботизованої автоматизації процесів, машинного навчання та людського інтелекту, значно розширюють творчі можливості для розробки послуг. Ця цифрова трансформація сервісних інновацій породжує нові галузі дослідження, такі як інженерія сервісних систем, що визначається як систематичне проектування та розробка сервісних систем [27, с. 564].

На нашу думку, цифрові інновації сьогодні займають особливе місце в діяльності кожного підприємства та характеризуються швидкою мінливістю, необхідністю постійного оновлення та доопрацювання. Звичайно, це залежить і від спрямування такої інновації, проте більшість з них дійсно потребують періодичного перегляду та доповнення, що також дозволить знизити собівартість продукції та матеріальні затрати на її виготовлення.

Цікавим явищем, що значно вплинуло на застосування цифрових інновацій в роботі підприємства, стала пандемія COVID-19[57,64,84,85,94,95]. Вона буквально перенесла майже весь фізичний ринок у цифрову площину, чим підвищила попит на цифрові інновації. У даному випадку майбутнє компанії залежало від того, чи почне вона користуватися інноваціями, які виведуть її на діджитал-ринок, будуть просувати на маркетингових майданчиках як місцевого, так і світового масштабу. Тому конкурентоздатними залишались ті, хто міг швидко підлаштуватись під течії та інтереси суспільства у певний проміжок часу з максимальною вигодою для доходу.

До цифрових інновацій у даному випадку можна віднести удосконалення системи зворотного зв'язку представників підприємства з клієнтами, які робили замовлення на сайті чи іншому майданчику, щоб надати необхідну консультацію та перевірити замовлення, виведення на новий рівень цифрової реклами та веб-дизайну продукції, веб-сайтів, просування їх у соціальних

мережах тощо. Сюди також можна включити створення та використання внутрішніх систем дистанційної роботи, реалізація політики відкритості та чесності діяльності у відношенні суспільства.

Динаміку та попит на цифрові інновації в контексті розвитку розширення діяльності підприємства можна простежити і у статистичних даних. Так, серед тисячі опитуваних підприємств, які мають від 10 до 20 тисяч працівників, найбільший відсоток визначає, що готові продовжувати впроваджувати цифрові інновації в свою діяльність в швидшому темпі, ніж за останні роки (52%), на другому місці за кількістю вибірка компаній, які продовжать роботу з цифровими інноваціями з такою швидкістю як за останні кілька років (25%), існує також певний відсоток підприємств, які або збираються зменшити темпи впровадження цифрових інновацій в свою діяльність (17%) або ж не розглядають поки їх впровадження взагалі (6%) (Рис. 2.2).

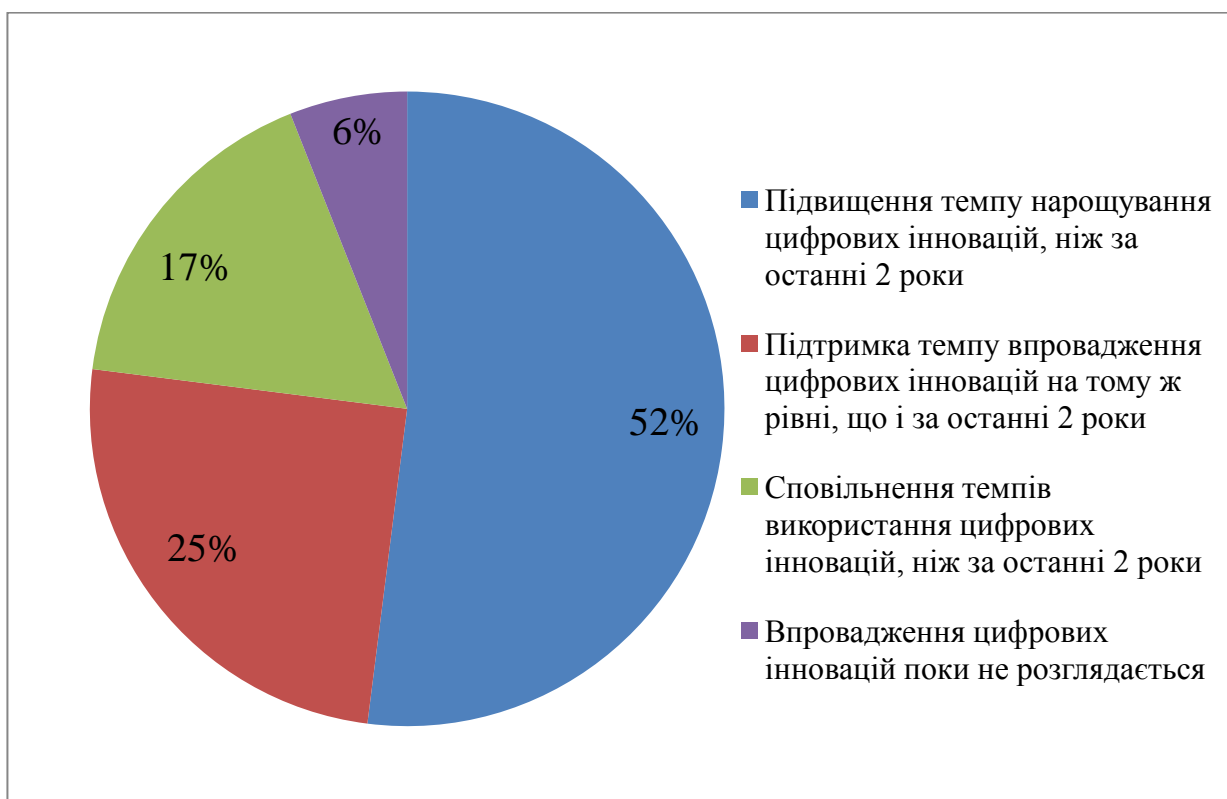


Рисунок 2.2 – Попит на впровадження інноваційних технологій в діяльність підприємств, % [28]

Диференціація бізнесу шляхом удосконалення існуючих продуктів і послуг за допомогою цифрових компонентів або навіть створення чистих нових продуктів чи послуг — це ще один ключовий спосіб реалізації стратегії цифрових інновацій. Інновації в продуктах і послугах часто включають нові додатки, які забезпечують мобільні послуги, персоналізовані пропозиції продуктів і нові бізнес-моделі.

Так, наприклад, одна зі страхових компаній Швейцарії створили FaceQuote – додаток, який використовує технологію розпізнавання обличчя, щоб допомогти своїм клієнтам швидко отримати оцінку полісу страхування життя, що значно оновило та прискорило існуючий (і трудомісткий) процес. Додаток міг визначити вік клієнта на основі його селфі та запропонувати ціну. Після того, як клієнт отримав свою оцінку, він також отримав посилання на повний інструмент застосування [29].

Таким чином, цифрові інновації – це інновації, що можливі за рахунок використання цифрових технологій на всіх доступних рівнях та способах та приводять до створення нових форм цифровізації в маркетинговому, виробничому, аналітичному чи іншому сегменті діяльності підприємства. До цифрових інновацій можна віднести: розробку нових технологічних стратегій у вже встановлених бізнес-процесах підприємства, впровадження у свою діяльність нових платформ або програмних забезпечень, заміна аналогових процесів на цифрові тощо. Загалом, цифрові інновації є доволі мінливими за своїм характером, оскільки потребують постійного оновлення та доповнення з огляду на тренди в економіці та суспільстві, що може значно вплинути на фінансування такого процесу. Проте за рахунок цифровізації більшості рівнів функціонування підприємства це дає змогу значно підвищити ефективність його функціонування за рахунок зниження часу на обробку завдання, автоматизації виробничих та інших процесів. Пандемія підвищила попит на цифрові інновації, про що говорять статистичні данні, які вказують, що більшість великих компаній готова працювати з цифровими інноваціями і надалі, імплементуючи їх в свою стандартну процедуру роботи.

РОЗДІЛ 3 УДОСКОНАЛЕННЯ НАПРЯМІВ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

3.1 Приклади світового досвіду користування інформаційним забезпеченням для подальшої розбудови інновацій на базі підприємств

Як вже було зазначено раніше, інформаційне забезпечення багато в чому стало основою подальшого розвитку діяльності будь-якого підприємства, незалежно від його розмірів, обсягів виробництва та кількості працівників. Інформація сьогодні – це фундамент подальшого планування, формування стратегій, збір та підсумовування аналітичних даних, завдяки яким підприємство обирає найбільш ефективний напрям подальшого розвитку. У той самий час, інноваційний розвиток підприємств став буквально їх рекламою на ринку та способом виділитися, щоб залучити більшу кількість клієнтів та покупців. Обидві ці сфери діяльності компанії мають доволі важливу роль для майбутнього підприємства, тому їх розумне, компліментарне поєднання дасть можливість використати доступні ресурси на найвищому рівні, що позитивно вплине на статус, прибуток та подальші інвестиції.

Існує кілька основних прикладів активного використання бази інформаційного забезпечення, які у подальшому сприяють формуванню інноваційних концепцій на базі підприємства. Всі вони передбачають фінансову ту корпоративне залучення, проте, в першу чергу, зацікавленим в формуванні інформаційної бази має бути саме керівництво компанії. Залежно від їх настроїв та прогресивності, більш імовірним є стимулювання збільшення потенційного користування інформаційним забезпеченням на всіх рівнях компанії, про що нами також вже було згадано. Тут ключову роль може відігравати зацікавленість у збільшенні прибутку, суспільна позиція чи особистий інтерес розвитку інновацій на базі власного підприємства, проте саме це формує політику всієї компанії, включно з працівниками, щодо

ставлення до інновацій та поваги до інформації як ключової частини розробки інноваційного потенціалу.

Різновиди залучення інформаційного забезпечення для подальшої розбудови інновацій на базі підприємств можна зобразити схематично (Рис. 3.1). Це показує, що хоч сама схема залучення і може бути простою, проте її значущість від цього не зменшується, незалежно від зовнішніх чинників.

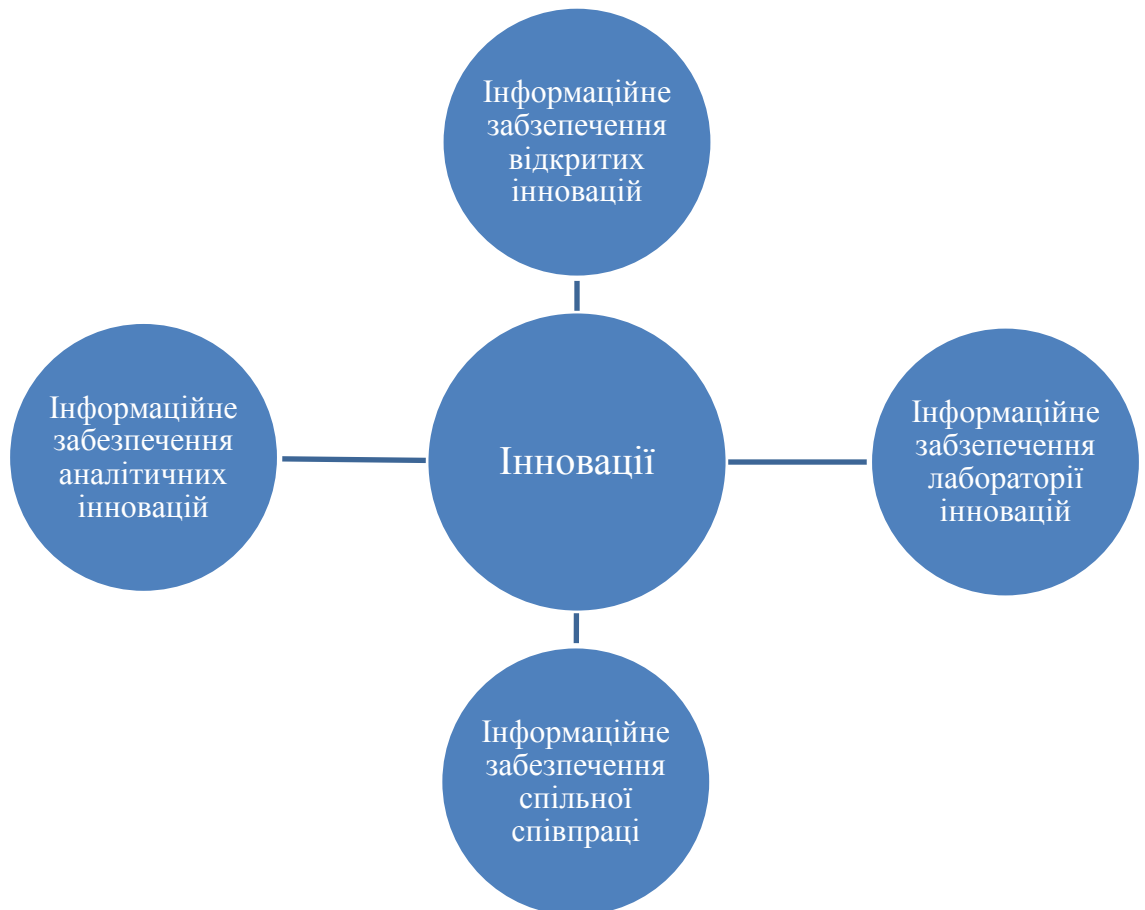


Рисунок 3.1 – Різновиди залучення інформаційного забезпечення для розбудови інновацій

Варто більш детально розглянути кожен з вказаних способів, щоб чітко прослідкувати їх використання на прикладах відомих компаній, що славляться своїм інноваційним підходом до створення товарів та послуг.

Застосування відкритих інновацій є одним з найпоширеніших способів користування інформаційним забезпеченням. Відкриті інновації — це практика, коли компанія відкриває свій відділ досліджень і розробок для внесення інформації від людей за межами компанії або для співробітників з інших

відділів організації. Знищуючи традиційні розриви між відділами та залучаючи зовнішніх експертів і дослідників, компанії усувають обмеження, які класична таємна модель може накладати на інноваційні зусилля. Відкритими інноваціями користуються різні компанії. Наприклад, Голландська технологічна корпорація Philips є одним із перших, хто прийняв відкриті інновації, оскільки компанія зробила зсув у цьому напрямку ще в 1998 році, коли відкрила екосистему досліджень і розробок, яка тепер відома як High Tech Campus Eindhoven.

Кампус є домом для понад 200 компаній, а підприємці, дослідники та розробники продуктів з усього світу збираються разом для створення нових підприємств. Багато проектів, створених на кампусі, зосереджені на вирішенні проблем реального світу, таких як виклики, пов'язані з перенаселенням, зміною клімату та несправністю систем охорони здоров'я [30].

Відкриті інновації Procter & Gamble разом із зовнішніми партнерами завершилися на веб-сайті Connect+Develop. За допомогою цієї платформи P&G повідомляє про свої потреби новаторам, які можуть отримати доступ до детальної інформації, пов'язаної з конкретними потребами, і подати свої ідеї на сайт. Connect+Develop створив численні партнерства та створив відповідні продукти [31].

Наступним є інформаційне забезпечення лабораторії інновацій. Інноваційні лабораторії корисні для будь-якої компанії, оскільки вони можуть запропонувати навчання, налагодити зв'язки та отримати інформацію, яка допоможе внутрішнім підприємцям досягти успіху незалежно від того, де вони працюють у компанії. Це може допомогти змінити структуру компанії, створюючи осередки інновацій у всій організації. Такі лабораторії також сприяють розвитку навичок і концепцій, які кожен може навчитися, дозволяючи їм робити внесок в інноваційний процес [32].

У 2003 році Amazon заснував цю лабораторію з простою директивою: винайти книгу заново. Lab126 присвятила проекту роки, випустивши перший Kindle у 2007 році. Його розкупили за 5,5 годин. Відтоді апаратне забезпечення,

програмне забезпечення та операційні групи лабораторії ще більше оптимізували пристрій. Однак Lab126 не тільки працює над Kindle, але й концептуалізує та вдосконалює все апаратне забезпечення Amazon, зокрема телевізори та планшети Amazon Fire і Amazon Echo, де розміщено розумний персональний помічник Alexa. Команда прагне зробити гаджети потужними, простими у використанні та по-справжньому цікавими [33].

Інформаційне забезпечення спільної співпраці також є доволі популярним в контексті спеціальних платформ. Платформа для співпраці — це програмне забезпечення, яке допомагає командам досягати конкретних цілей або вирішувати бізнес-проблеми за допомогою керування документами, обміну ідеями та адміністрування завдань. На центральній платформі містяться внутрішні дані та обговорення, що зосереджені на роботі, організовані для швидкого доступу, які сприяють досягненню якісніших результатів [34].

Прикладами таких платформ є наступні [35]:

1. Завдяки зростанню віддаленої роботи Zoom став майже повсюдною присутністю в житті кожного. Завдяки простоті використання Zoom є чудовим безкоштовним онлайн-інструментом для співпраці, який дозволяє проводити віртуальні зустрічі. Завдяки зручним функціям, таким як приватні чати, кімнати для сеансів і кімнати очікування.

2. Одним із стандартних інструментів, які використовують багато робочих місць, є Google Workplace або G Suite. Набір програм Workplace не лише охоплює широкий спектр функцій, але й синхронізується між пристроями та доступний будь-кому, хто має обліковий запис Google. Завдяки можливості Workplace ділитися елементами за допомогою простих у користуванні посилань або запрошень електронною поштою, не дивно, що інструменти Google для співпраці майже всюдисущі. Прикладами інструментів Google Workplace є Диск, Документи, Таблиці, Презентації, Календар і Gmail тощо.

Останнім із перелічених способів є інформаційне забезпечення аналітичних інновацій. Інновації, керовані даними (DDI) — це використання даних і аналітики для розробки або стимулювання нових продуктів, процесів,

організаційних методів і ринків. Дані та аналітика можуть стимулювати як відкриття, так і впровадження інновацій, досягнення нових бізнес-моделей, продуктів і послуг із підтвердженою бізнес-цінністю. Такі компанії, як Google та Amazon, активно використовують аналітику даних для отримання цінної інформації про своїх клієнтів, ринки та тенденції. Це дозволяє їм розробляти персоналізовані продукти і послуги, прогнозувати попит та швидко реагувати на зміни в суспільстві. Використання аналітики даних сприяє інноваціям та допомагає підприємствам приймати обґрунтовані рішення [36; 37; 38].

Тож, існує кілька основних способів, за якими підприємства можуть залучати інформаційне забезпечення для подальшого розвитку інновацій на своїй базі. До таких способів відносять: інформаційне забезпечення відкритих інновацій, якими користуються Philips та Procter & Gamble; інформаційне забезпечення лабораторії інновацій, які є звичними для Amazon; інформаційне забезпечення спільної праці через спеціальні платформи як Google Workplace чи Zoom; інформаційне забезпечення аналітичних інновацій, на базі яких працюють Google та Amazon. Всі ці приклади демонструють важливість інформаційного забезпечення задля ефективної роботи команди інновацій та наскільки важливим їх вчасне залучення. Крім того, по ним можна побачити, що, незалежно від конкуренції та інших показників, важливими є відкритість, співпраця, використання передових технологій та інформації, що сприятиме досягнення успіху на глобальному ринку та в сфері суспільного життя через створення інновацій, що можуть рятувати екологію, вирішувати суспільні проблеми тощо.

3.2 Способи удосконалення інформаційного забезпечення підприємства в умовах швидкої зміни трендів в економіці

Сучасна економіка розвивається в руслі трендів, що спрямовані на сталий розвиток[51,52,53,63,79,80,81,83,87,88,92,93,96,97,98], глобалізацію та

діджиталізацію[65,66,67,82,89,90,91]. Активна глобалізація та формування нових сфер в економіці ставлять перед підприємствами важливу задачу – втриматися на ринку серед великої кількості потенційних конкурентів за умови постійний зміни суспільного інтересу до різних товарів та послуг, які можуть бути надані представниками ринку. Саме тому актуальним питанням залишається підтримка інформаційної обізнаності з боку компаній, відкриття та використання всіх доступних можливостей, які може надати зібрана інформація в контексті її популяризації на ринку та в усіх сферах суспільного життя.

Удосконалення інформаційного забезпечення підприємства підвищує потенціал його розвитку у багатьох сферах: інноваційній, кадровій, економічній чи соціальній, проте важливим залишається ставлення та підхід до інформації, завдяки якій є можливість формувати подальші стратегії щодо створення та випуску певної продукції, її реклами та побудови довіри між компанією та клієнтом. На нашу думку, пошуки удосконалення інформаційного забезпечення є гарною ознакою для підприємств різного рівня та статусу, адже це підкреслює їх прагнення до розвитку, бажання конкурувати та виділятися серед інших, схожих за посилком компаній

На основні вивченої інформації, пропонуємо кілька основних способів, завдяки яким підприємство зможе удосконалити власне інформаційне забезпечення, попри активність економічних процесів на всіх секторах ринку:

1. Збільшення швидкості збору та аналізу даних: Сучасний розвиток технологій дозволяє збирати необхідні дані та аналізувати їх набагато швидше, ніж це було раніше. Автоматизовані системи, навіть, не потребують постійного залучення працівника для збору інформації. Тим паче, сьогодні багато компаній докладають велику кількість зусиль для розвитку штучного інтелекту, який сприятиме отриманню цінної інформації з різних доступних джерел та формувати аналітичний витяг стосовно того, що необхідно взяти до уваги тому чи іншому відділу підприємства [39, 40]. Особливо, штучний інтелект корисний у відслідковуванні трендів як в соціальних мережах чи інших суспільних відносинах, так і на ринках різних рівнів. Завдяки цьому, компанія буде

достатньо обізнана стосовно актуальної інформації щодо сировини, технологій виробництва чи маркетингових стратегій, які допоможуть збільшити її значущість серед потенційних покупців.

Наприклад, Microsoft Power BI використовується багатьма підприємствами та є надзвичайно корисною платформою бізнес-аналітики, яка дозволяє користувачам сортувати свої дані та візуалізувати їх для аналізу. Платформа дозволяє користувачам імпортувати дані практично з будь-якого джерела, і вони можуть відразу почати створювати звіти та інформаційні панелі [41, 42].

2. Використання прогнозування та аналізу трендів [43]: Як вже зазначалось, сучасний ринок є доволі активним та включає в себе бурхливі та докорінні зміни, що можуть повністю змінювати обставини ведення бізнесу. Наприклад, певний проміжок часу дуже актуальним був ринок криптоактивів, які на сьогодні, хоч і все ще користуються попитом, проте втратили своїх користувачів через ненадійність самого ринку. Тому залучення доступних аналітичних інструментів того самого Google буде гарним способом відслідковувати основні тренди та прогнозувати майбутні [44]. Такі процеси допоможуть швидше адаптуватися до потенційних змін, формувати кілька стратегій у разі виникнення форс-мажорних обставин на основні прогнозів майбутніх потреб ринку, попиту на інновації, кадрові та виробничі зміни тощо [45]. Аналіз доступних трендів дає змогу більш чітко визначити, наскільки підприємство відповідає актуальним критеріям потенційного покупця та яка вірогідність того, що він все-таки купить обраний товар.

3. Встановлення гнучких систем інформаційного забезпечення: Гнучкі системи інформаційного забезпечення також сьогодні стають дедалі поширеними, оскільки більш доступні та зручні у використанні, можуть легко копіювати чи архівувати інформацію. За рахунок цього на них збільшується попит від підприємств. До таких гнучких інформаційних систем можна віднести: хмарні сховища, аутсорсинг інформаційних сервісів, модульні системи, які підлягають швидкій зміні та оновлення у будь-який запитаний час

[46]. Всі вони формують окрему економічну сферу, до яких відносять компанії, що забезпечують безпеку таких гнучких систем та передбачають формування нових юридично-економічних відносин між надавачем та отримувачем відповідних послуг. Проте користь такого зберігання та захисту інформаційного забезпечення дасть можливість також працювати віддалено працівникам компанії, вносити необхідні зміни, не прив'язуючись до місця.

4. Залучення зовнішніх експертів та співпраця: Хоч цей метод вже можна назвати і «класичним», проте він не втрачає свого попиту та актуальності. Підприємствам також необхідно співпрацювати із зовнішніми експертами, консультантами чи фокус-групами для отримання нових ідей, обговорення вже існуючих та прогнозування їх подальших перспектив [47]. До такої співпраці можна включити спільні дослідження, створення інноваційних лабораторій, використання відкритих інновацій або колаборації з іншими підприємствами. Завдяки таким діям підприємство може отримати більше інформації та досвіду стосовно нової галузі, яка також сприятиме розкриттю його інноваційного чи виробничого потенціалу [64,71,72,74,75,76,77,78,86]. Сьогодні співпраця є важливою умовою слідування трендів, адже ринок став настільки великим, що охопити весь його зміст самостійно майже неможливо [48]. Тому думки експертів чи фокус-груп можуть сформувати нові концепції, які не є застарілими для підприємства та зможуть викликати симпатію у потенційних покупців товарів чи послуг, що додатково впливає на дохід підприємства.

5. Систематичне вивчення ринку та моніторинг конкурентів: Попри співпраці із зовнішніми експертами чи іншими підприємствами, необхідно збирати інформацію щодо обставин та тенденцій на ринку, що стосується галузі виробництва відповідної компанії. До такої інформації також відносяться відомості про конкуруючі підприємства, суспільні та економічні зміни в суспільстві та як це може вплинути на подальший розвиток ринку [54,56,58,59,60,61,62,69,70,73,]. Це допоможе зрозуміти напрямок руху та потреби споживачів, виявити нові тренди на ринку або недоліки в своїй діяльності, через які компанія може стати не такою конкурентно спроможною на

фоні інших підприємств. Крім того, вивчення ринку дає підстави для прогнозування подальшого розвитку ринку, пошуку інноваційних ідей, які були б актуальними в суспільстві у певний проміжок часу [49, 50].

Такі способи можуть бути особливо актуальними для підприємств України, які потребують більш широкого впізнання як на внутрішньому ринку, так і глобальному. Це допоможе їм відслідковувати основні тенденції, знаходити відгук на попит в суспільстві та створювати достойну конкуренцію не тільки один одному, але і зарубіжним компаніям в сферах менеджменту, маркетингу, виробничих процесів тощо.

Таким чином, інформаційне забезпечення кожного підприємства потребує постійного оновлення та удосконалення, що допоможе компанії залишатись активним гравцем ринку. До способів такого удосконалення варто віднести: збільшення швидкості збору та аналізу даних, використання прогнозування та аналізу трендів, встановлення гнучких систем інформаційного забезпечення, залучення зовнішніх експертів та співпраця, систематичне вивчення ринку та моніторинг конкурентів. Завдяки таким способам підприємство може залишатись «гнучким», конкурентоздатним та вчасно підлаштовуватись під зміни у суспільстві, які також можуть вплинути внутрішній чи глобальний ринок. Удосконалення інформаційного забезпечення також необхідне для формування єдиної інноваційної стратегії, яка була б актуальною протягом тривалого проміжку та могла зазнавати тільки незначних змін. Проте таке можливо тільки за умови врахування та постійного моніторингу всієї актуальної інформації з різних джерел динамічного бізнес-середовища.

ВИСНОВКИ

У роботі проаналізовано поняття «інформаційне забезпечення підприємства», яке визначене як доступна інформація, яка є інструментом управління всіх рівнів підприємства для прийняття екстрених, стратегічних чи інших рішень, що у подальшому впливають на розвиток та діяльність підприємства як окремих відділів, так і загалом, а також формування його подальшої стратегії у розрізі врахування всіх необхідних факторів, які також формуються на основі певного виду інформації. В умовах активної цифровізації, інформаційне забезпечення має вагомe значення у розбудові та подальшому розвитку підприємства, якщо воно націлене на укріплення своїх позицій на ринку, який поступово розширився до світового рівня. Тому важливим є формування інформаційної системи всередині підприємства, яка забезпечуватиме функціонування підприємства на всіх рівнях як технологічно, так і інформаційно задля прийняття подальших рішень. До інформаційної системи підприємства відносяться нормативні акти, на основі яких працює підприємство, проекти, бізнес-плани, бухгалтерська звітність тощо.

Розглянуто поняття інноваційного розвитку підприємства як тривалий процес розробки та впровадження інновацій в роботу підприємства на всіх доступних рівнях, що супроводжується зміною підходу до виготовлення товару чи надання послуг з врахованими інноваційними підходами задля підвищення конкурентоздатності підприємства на внутрішньому чи глобальному ринку. Загалом, виділяють два основні підходи до його трактування, які, в першу чергу, відмінні за постановкою задачі та мети такого розвитку: предметно-технологічний підхід (має більш теоретичний характер) та функціональний підхід (має більш практичний характер). Загалом, можна виділити п'ять основних етап реалізації інновацій на підприємстві: пошук, розвиток, схвалення, запуск та керування. Кожен має свою функцію та покликаний довести до кінця ту інноваційну ідею, яка відповідає всім вимогам на кожному рівні. Інноваційний розвиток також є важливим для інформаційного

забезпечення підприємства, адже може вирішувати технологічні, соціальні, матеріальні питання, які необхідні для забезпечення працівників підприємства необхідною інформацією. Це, у свою чергу, дасть можливість приймати актуальні та важливі рішення, формувати подальшу стратегію розвитку підприємства за наявності всіх необхідних відомостей та ресурсів.

Проаналізовано основи щодо інноваційної стратегії підприємства. Інноваційна стратегія підприємства – це сформований план використання ресурсів для реалізації інновацій у своїй діяльності, що сприятиме підвищенню вартості активів та конкурентної переваги на ринку. Така стратегія допоможе сформувати справжні цілі для досягнення успіху в довгостроковій перспективі та об'єднати навколо своїх інновацій групу покупців, які будуть звертатись до них через свою симпатію. Завдяки їй підприємство може більш чітко сформувати основні завдання своєї діяльності та простежити невідповідності, які не сприяють їх досягненню. Проте будь-які інновації, особливо на ринках збуту, потребують великого залучення потенційних покупців, адже саме їх думка та ставлення до «інноваційного продукту» напряду буде впливати на темпи та об'єми продажів компанії. Тому для цього залучається повноцінне інформаційне забезпечення щодо думки фокус груп та пересічних покупців на всіх рівнях розробки та втілення інновацій у продукції компанії. Як показує статистика, показники попиту на опитування з кожним роком зростають, що показує те, наскільки часто компанії звертаються до такого методи збору та обробки інформації для успішної реалізації інновацій від імені підприємства.

Досліджено цифрові інновації як інновації, що можливі за рахунок використання цифрових технологій на всіх доступних рівнях та способах та приводять до створення нових форм цифровізації в маркетинговому, виробничому, аналітичному чи іншому сегменті діяльності підприємства. До цифрових інновацій можна віднести: розробку нових технологічних стратегій у вже встановлених бізнес-процесах підприємства, впровадження у свою діяльність нових платформ або програмних забезпечень, заміна аналогових процесів на цифрові тощо. Загалом, цифрові інновації є доволі мінливими за

своїм характером, оскільки потребують постійного оновлення та доповнення з огляду на тренди в економіці та суспільстві, що може значно вплинути на фінансування такого процесу. Проте за рахунок цифровізації більшості рівнів функціонування підприємства це дає змогу значно підвищити ефективність його функціонування за рахунок зниження часу на обробку завдання, автоматизації виробничих та інших процесів. Пандемія підвищила попит на цифрові інновації, про що говорять статистичні данні, які вказують, що більшість великих компаній готова працювати з цифровими інноваціями і надалі, імплементуючи їх в свою стандартну процедуру роботи.

Розглянуто основні способи, за якими підприємства можуть залучати інформаційне забезпечення для подальшого розвитку інновацій на своїй базі. До таких способів відносять: інформаційне забезпечення відкритих інновацій, якими користуються Philips та Procter & Gamble; інформаційне забезпечення лабораторії інновацій, які є звичними для Amazon; інформаційне забезпечення спільної праці через спеціальні платформи як Google Workplace чи Zoom; інформаційне забезпечення аналітичних інновацій, на базі яких працюють Google та Amazon. Всі ці приклади демонструють важливість інформаційного забезпечення задля ефективної роботи команди інновацій та наскільки важливим їх вчасне залучення. Крім того, по ним можна побачити, що, незалежно від конкуренції та інших показників, важливими є відкритість, співпраця, використання передових технологій та інформації, що сприятиме досягнення успіху на глобальному ринку та в сфері суспільного життя через створення інновацій, що можуть рятувати екологію, вирішувати суспільні проблеми тощо.

Сформовано способи удосконалення інформаційного забезпечення кожного підприємства, яке потребує постійного оновлення та удосконалення, що допоможе компанії залишатись активним гравцем ринку. До способів такого удосконалення варто віднести: збільшення швидкості збору та аналізу даних, використання прогнозування та аналізу трендів, встановлення гнучких систем інформаційного забезпечення, залучення зовнішніх експертів та

співпраця, систематичне вивчення ринку та моніторинг конкурентів. Завдяки таким способам підприємство може залишатись «гнучким», конкурентоздатним та вчасно підлаштовуватись під зміни у суспільстві, які також можуть вплинути внутрішній чи глобальний ринок. Удосконалення інформаційного забезпечення також необхідне для формування єдиної інноваційної стратегії, яка була б актуальною протягом тривалого проміжку та могла зазнавати тільки незначних змін. Проте таке можливо тільки за умови врахування та постійного моніторингу всієї актуальної інформації з різних джерел динамічного бізнес-середовища.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. informational support Definition. Law Insider: веб-сайт. URL: <https://www.lawinsider.com/dictionary/informational-support> (дата звернення: 27.04.2023)

2. Серебряк К.І. Проблеми інформаційного забезпечення регіонального співробітництва. Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. 2015. № 7 (224). С. 68–73. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/84594258.pdf>

3. Миколук О.А, Бобровник В.М. Особливості інформаційного забезпечення управління підприємством. Вісник Хмельницького національного університету. 2021. № 3. С. 48–52. URL: <http://elar.khmnu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/11878/1/2021-en-3-07.pdf>.

4. Безбородова Т.В. Структурно-морфологічна модель системи інформаційного забезпечення процесу управління. Економіка та держава. 2007. № 4. С. 27–29.

5. Іванова В. Щодо формування системи інформаційного забезпечення розвитку економіки України. Економіст. 2008. № 4. С. 61–63.

6. Коваленко О.О. Сучасні інформаційні системи – інвестиції в розвиток підприємства. Інвестиції: практика та досвід. 2009. № 2. С. 10–13.

7. Петренко С.М. Інформаційне забезпечення внутрішнього контролю господарських систем: монографія. Донецьк: ДонНУЕТ. 2007. 290 с.

8. Yershova O. Information support for enterprise business process development management. Менеджмент. 2018. Том. 27. №. 1. С. 100–110. URL: <http://jrn1.knutd.edu.ua/index.php/mng/article/view/144/154>

9. Digitalization. WalkMe: веб-сайт. URL: <https://www.walkme.com/glossary/digitalization/> (дата звернення: 28.04.2023)

10. Сіменко І. В. Аналіз господарської діяльності: навч. посібник / за заг. ред. І. В. Сіменко, Т. Д. Косової. К.: Центр учбової літератури. 2013. 384 с.

11. Jeffrey A. Frankel. Globalization of the Economy. NBER Working Papers 7858. National Bureau of Economic Research, Inc. 2000. 42 с.
12. Effects of Economic Globalization. National Geographic: веб-сайт. URL: <https://education.nationalgeographic.org/resource/effects-economic-globalization/> (дата звернення: 28.04.2023)
13. Innovation: the basics. Queensland Government: веб-сайт. URL: <https://www.business.qld.gov.au/running-business/growing-business/becoming-innovative/basics#:~:text=> (дата звернення: 30.04.2023)
14. Examples of Innovation in Business. CAIL: веб-сайт. URL: <https://www.cail.com/innov-examples/> (дата звернення: 30.04.2023)
15. Шиян Н.І. Інноваційний розвиток підприємства: навч. посібник. Харк. нац. аграр. ун-т ім. В.В. Докучаєва. Харків. 2019. 245 с.
16. Микитюк П. П., Крисько Ж. Л., Овсянюк-Бердадіна О. Ф., Сковчиляс С. М. Інноваційний розвиток підприємства: навч. посіб. Тернопіль: ПП «Принтер Інформ». 2015. 224 с.
17. Харів П. С. Інноваційна діяльність підприємства та економічна оцінка інноваційних процесів. Тернопіль: Економічна думка. 2003. 326 с.
18. Phase One of Innovation: How to Face Any Business Challenge with Innovation. Escalent: веб-сайт. URL: <https://escalent.co/blog/how-to-face-any-business-challenge-with-innovation/> (дата звернення: 02.05.2023)
19. Zaika O.V. Optimization of business processes as a potential for increasing competitiveness of enterprises. Матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції (присвяченої 100-річчю від Дня народження професора Турченка Михайла Михайловича): Управління розвитком соціально-економічних систем, 15-16 червня 2022 року. Харків: ДБТУ. 2022. С. 191-193.
20. Janasz, W. Strategiczne podejście do zarządzania organizacjami. Zarządzanie projektami w organizacji. Warszawa. 2014. № 366. P. 184–193.
21. Szuper K., Woloszyn K. Innovation & enterprise innovation strategies. Scientific papers of Silesian University of technology. Organization and management series. 2020. № 148. P. 735–748.

22. Innovation Strategy: How to Create and Implement a Plan that Delivers Results. Digital Leadership: веб-сайт. URL: https://digitalleadership.com/blog/innovation-strategy/#Innovation_Strategies_Examples (дата звернення 06.05.2023)

23. Market Research and Public Opinion Polling Services. Office for National Statistics: веб-сайт. URL: <https://www.ons.gov.uk/economy/inflationandpriceindices/timeseries/hufs/sppi> (дата звернення 06.05.2023)

24. Nambisan, Satish, Lyytinen, K., Majchrzak, A., Song, M., Digital Innovation Management: Reinventing Innovation Management Research in a Digital World. MIS Q. 2017. № 41(1). P. 223–238.

25. Huang, J., Henfridsson, O., Liu, M. J., Newell, S. Growing on Steroids: Rapidly Scaling the User Base of Digital Ventures Through Digital Innovation. MIS Q. 2017. № 41(1). P. 301–314.

26. Digital Innovation. WalkMe: веб-сайт. URL: <https://www.walkme.com/glossary/digital-innovation/> (дата звернення: 08.05.2023)

27. Ciriello R. F., Richter A., Schwabe G. Digital Innovation. Business & Information Systems Engineering. 2018. № 60. P. 563–569.

28. Larger Companies Seek Advantage in Continued Digital Innovation. IDC: веб-сайт. URL: <https://blogs.idc.com/2022/07/13/larger-companies-seek-advantage-in-continued-digital-innovation/> (дата звернення: 12.05.2023)

29. Your Guide to Driving Digital Innovation. Mendix: веб-сайт. URL: <https://www.mendix.com/blog/digital-innovation/> (дата звернення: 12.05.2023)

30. Open Innovation: What It Is and Models to Inspire Your Business. Mass Challenge: веб-сайт. URL: <https://masschallenge.org/articles/open-innovation/> (дата звернення: 15.05.2023)

31. 16 Examples of Open Innovation – What Can We Learn From Them? Viima: веб-сайт. URL: <https://www.viima.com/blog/16-examples-of-open-innovation-what-can-we-learn-from-them> (дата звернення: 15.05.2023)

32. What Is an Innovation Lab? bmc: веб-сайт. URL: <https://www.bmc.com/blogs/innovation-lab/> (дата звернення: 15.05.2023)

33. 31 Corporate Innovation Labs to Know. Built In : веб-сайт. URL: <https://builtin.com/corporate-innovation/corporate-innovation-labs> (дата звернення: 15.05.2023)

34. Collaboration Platform – A Complete Guide [2021]. Kissflow: веб-сайт. URL: <https://kissflow.com/digital-workplace/collaboration/all-things-about-collaboration-platforms/#:~:text> (дата звернення: 15.05.2023)

35. 20 Online Collaboration Tools for Business in 2023. teambuilding.com: веб-сайт. URL: <https://teambuilding.com/blog/online-collaboration-tools/#:~:text> (дата звернення: 15.05.2023)

36. Data-Driven Innovation (DDI). Gartner: веб-сайт. URL: <https://www.gartner.com/en/information-technology/glossary/data-driven-innovation-ddi-#:~:text> (дата звернення: 15.05.2023)

37. Data-driven innovation for growth and well-being. OECD: веб-сайт. URL: <https://www.oecd.org/sti/ieconomy/data-driven-innovation.htm> (дата звернення: 15.05.2023)

38. Data-Driven Innovation For Informed Decision-Making. ITONICS: веб-сайт. URL: <https://www.itonics-innovation.com/blog/data-driven-innovation-for-informed-decisions> (дата звернення: 15.05.2023)

39. 5 steps to improve your organization's information management. RICOH: веб-сайт. URL: <https://www.ricoh-usa.com/en/insights/articles/5-steps-to-improve-your-organizations-information-management> (дата звернення: 19.05.2023)

40. 6 Tips For Speeding Up Data Analysis. Datafloq: веб-сайт. URL: <https://datafloq.com/read/6-tips-for-speeding-up-data-analysis/> (дата звернення: 19.05.2023)

41. 5 Best AI Tools for Data Analysts. Unite.AI: веб-сайт. URL: <https://www.unite.ai/5-best-ai-tools-for-data-analysts/> (дата звернення: 19.05.2023)

42. AI Analytics. Anodot: веб-сайт. URL: <https://www.anodot.com/learning-center/ai-analytics/> (дата звернення: 19.05.2023)

43. Trend Forecasting: What It Is and How To Use It (With Tips). Indeed: веб-сайт. URL: <https://www.indeed.com/career-advice/career-development/what-is-trend-forecasting> (дата звернення: 19.05.2023)

44. Medeiros M.C., Pires H.F. The Proper Use of Google Trends in Forecasting Models. arXiv.org: веб-сайт. URL: <https://arxiv.org/pdf/2104.03065.pdf> (дата звернення: 19.05.2023)

45. What Is Trend Analysis? And How It Can Be Used In Spend Forecasting. Planergy: веб-сайт. URL: <https://planergy.com/blog/what-is-trend-analysis/> (дата звернення: 19.05.2023)

46. Flexibility in information systems. Civil Service India: веб-сайт. URL: <https://www.civilserviceindia.com/subject/Management/notes/flexibility-in-information-systems.html> (дата звернення: 19.05.2023)

47. Collaborating with external partners is essential for innovation and efficiency. The Telegraph: веб-сайт. URL: <https://www.telegraph.co.uk/business/ready-and-enabled/collaborating-with-external-partners/> (дата звернення: 19.05.2023)

48. Michael J. Mol, Birkinshaw J. The Role of External Involvement in the Creation of Management Innovations. Sage Journals: веб-сайт. URL: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0170840614539313>

49. What is Market Research and Competitive Analysis? DevOpsSchool: веб-сайт. URL: <https://www.devopsschool.com/blog/what-is-market-research-and-competitive-analysis/> (дата звернення: 19.05.2023)

50. Market observation, competitive intelligence, competitor monitoring. Mediadefine: веб-сайт. URL: <https://www.mediadefine.com/page,market-observation-competitive-intelligence-competitor-analysis.htm> (дата звернення: 19.05.2023)

51. Вороненко В. І. Обґрунтування напрямів розвитку сонячної енергетики для України // Енергоефективність та відновлювальна енергетика в Україні: проблеми управління / за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. І. М. Сотник. – Суми :

ПФ «Видавництво “Університетська книга”», 2019. – С. 72-85. – Режим доступу: <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/80025>

52. Вороненко В.И., Бурлакова И.М. Эффекты от использования энергетических природных ресурсов в странах Европейского союза и Украине. Економіка та держава. 2018. № 7. С. 61-66. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/70636>

53. Вороненко В.И., Горобченко Д.В. Теоретические модели анализа эколого-экономического развития. Економічний простір: Збірник наукових праць. 2020. № 157. С. 65-68. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/83711>

54. Вороненко В.І., Гриценко П.В., Омеляненко В.А. Визначення індикаторів та рівнів регуляторної ефективності податкових інструментів на національному та світовому рівнях. Проблеми та перспективи забезпечення макроекономічної стабільності : монографія / за ред. С. В. Леонова і М. М. Бричко. Суми : Сумський державний університет, 2022. С. 65-75. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/90488>

55. Вороненко В.І., Кубатко О.В., Ковальов Б.Л., Гриценко П.В., Омеляненко В.А. Динаміка цифрової трансформації соціально-економічних та екологічних систем. Агросвіт. 2022. № 15-16. С. 15-22. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/89229>

56. Гриценко П., Коваленко Є., Вороненко В., Смакоуз А., Степаненко Є. Аналіз дефініції «зміни» як економічної категорії. Механізм регулювання економіки, (1 (91), 92-98. URL: <https://doi.org/10.21272/mer.2021.91.07>

57. Дяченко, А. В., Карінцева, О. І., Тарасенко, С. В., Харченко, М. О., Мазін, Ю. О., Кисильова, К. С. Формування інноваційного інструментарію економічної політики в умовах розвитку світової економічної кризи 2019- 2020 рр. в Україні // Механізм регулювання економіки. 2021. № 3. С. 21-40. DOI: <https://doi.org/10.21272/mer.2021.93.02>
<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/85737>

58. Економіка і бізнес : підручник / за ред. Л. Г. Мельника, О. І. Карінцевої. Суми : Університетська книга, 2021. 316 с. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/83721>

59. Економіка розвитку: європейський досвід упровадження досягнень Industries 3.0, 4.0 та 5.0. : навч. посіб. / за ред. Л. Г. Мельника, Ю. М. Завдов'євої. Суми : Університетська книга, 2022. 608 с. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/91525>

60. Економіка та бізнес-інновації: підручник / за ред. д.е.н., проф. Л. Г. Мельника, д.е.н., проф. О. І. Карінцевої. – Суми : Університетська книга, 2023. – 702 с. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/91523>

61. Карінцева, О. І., Харченко, М. О., Мазін, Ю. О., Фалько, К. С. Практичні засади підвищення ефективності логістичної діяльності сучасного підприємства. Вісник Сумського державного університету. Серія Економіка. 2021. № 3. С. 127–136. DOI: 10.21272/1817-9215.2021.3-14 <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/86223>

62. Карінцева, О. І., Харченко, М. О., Пономарьова, Г. С. Підвищення ефективності бізнес-процесів на виробничому підприємстві // Механізм регулювання економіки. 2020. № 4. С. 58-69. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/83754>

63. Карінцева О.І., Дегтярьова І. Б., Харченко М.О., Долгошеєва О. І., Кіріл'єва А. В. Залучення іноземних інвестицій як інструмент забезпечення конкурентоспроможності та сталого розвитку країни. Вісник СумДУ. Серія «Економіка», № 3' 2020. С. 199-211. DOI: 10.21272/1817-9215.2020.3-22 https://visnyk.fem.sumdu.edu.ua/issues/3_2020/22.pdf

64. Лукаш, О., Дерев'янку, Ю., Васильєва, Т., & Танащук, М. (2022). Формування конкурентного середовища у освітньому просторі: роль освітніх провайдерів. Механізм регулювання економіки, (3-4(97-98), 31-39. <https://doi.org/10.32782/mer.2022.97-98.08> <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/90532>

65. Мельник Л. (2021) Сучасні тренди економічного розвитку: Досвід ЄС та практика України: підручник / за ред. Л. Г. Мельника. Суми: ПФ «Видавництво “Університетська книга”», 2021. 432 с. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/89235>

66. Мельник Л. Г., Карінцева О. І., Кубатко О. В., Сотник І. М., Завдов’єва Ю. М. Цифровізація економічних систем та людський капітал: підприємство, регіон, народне господарство // Механізм регулювання економіки. 2020. № 2. С. 9-28. DOI: <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/82236>

67. Мельник, Л., Карінцева, О., Кубатко, О., Дерев’янку, Ю., Маценко, О. (2022). Реструктуризація соціально-економічних систем як складова формування цифрової економіки в Україні у період кризи. Механізм регулювання економіки, (1-2(95-96), 7-13.

68. Мельник Л. Г., Маценко О. М., Дериколенко О. М., Кириленко М. В., Стародуб І. А. Економіка підприємств, територій та макроекономічних систем в умовах цифрових трансформацій: від стабільності й лінійного мислення до антикрихкості та нелінійного, інноваційного мислення // Механізм регулювання економіки. 2021. № 3. С. 67-78. DOI: <https://doi.org/10.21272/mer.2021.93.06> <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/87532>

69. Мельник, Л. (2022). Росія – країна, побудована на порушенні божих заповідей: погляд економіста . Механізм регулювання економіки, (3-4(97-98), 141-150. <https://doi.org/10.32782/mer.2022.97-98.10> <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/90536>

70. Мельник, Л., Ковальов, Б. (2020). Проривні технології в економіці і бізнесі (Досвід ЄС та практика України у світлі III, IV, і V промислових революцій. Сумський державний університет, с. 180. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/79621>

71. Ніколаєв С.О., Вороненко В.І., Ковальов Б.Л., Гриценко П.В., Одеволе О.О. Блокчейн як фактор цифрової трансформації економіки України. Вісник

Сумського державного університету. Серія «Економіка». 2021. №2. С. 16-23.
<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/85043>

72. Омеляненко В.А., Литвиненко С.М., Вороненко В.І. Аналіз потенціалу конвергенції біо- та нанотехнологій в космічній галузі (національний та міжнародний аспект). Інновації і трансфер технологій: методи, моделі та механізми управління: колективна монографія / за ред. д.е.н. В.А. Омеляненка. Суми: Інститут стратегій інноваційного розвитку і трансферу знань, 2023. С. 284-296.

73. Сотник І. (2018) Підприємництво, торгівля та біржова діяльність / І. Сотник, Л. Таранюк. – Суми: Університетська книга, 2018. – 572 с.
<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/80114>

74. Сучасні тренди економічного розвитку. Книга 1: Трансформації економічних систем: досвід ЄС в реалізації Industries 3.0, 4.0, 5.0: навчальний посібник / за ред. Л. Г. Мельника. Суми: Університетська книга, 2022. 608 с.
<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/91526>

75. Сучасні тренди економічного розвитку. Книга 2: Кращі практики ЄС для сестейнового розвитку : навч. посіб. / за ред. Л. Г. Мельника, Ю. М. Завдов'євої. Суми : Університетська книга, 2022. 608 с.
<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/91527>

76. Babenko V., Matsenko O., Voronenko V., Nikolaiev S., Kazak D. Economic prospects for cooperation the European Union and Ukraine in the use of blockchain technologies. The Journal of V. N. Karazin Kharkiv National University. Series: International Relations. Economics. Country Studies. Tourism. 2020. № 12. С. 8-17.
<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/83746>

77. Hrytsenko P., Voronenko V., Kovalenko Ye., Kurman T., Omelianenko V. Assessment of the development of innovation activities in the regions: Case of Ukraine. Problems and Perspectives in Management. 2021. 19(4). P. 77-88.
<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/85729> (SCOPUS)

78. Hrytsenko, P. V., Kovalenko, Y. V., Voronenko, V. I., Smakouz, A. M., Stepanenko, Y. S. Analysis of the Definition of “Change” as an Economic Category

// Mechanism of Economic Regulation. 2021. № 1. P. 92-98. DOI:
<https://doi.org/10.21272/mer.2021.91.07>

<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/84025>

79. Ji, Z., & Sotnyk, I. (2023). Economic analysis of energy efficiency of China's and India's national economies. Mechanism of an Economic Regulation, (1(99)), 11-16. <https://doi.org/10.32782/mer.2023.99.02>

<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/91221>

80. Jianming Mu, Goncharenko O. S., Chortok Yu. V., Yaremenko A. H. Peculiarities of Formation of the Region's Logistics Infrastructure on the Basis of Eco-Innovations Within the Framework of Stakeholders' Partnership in the Enterprise-Region-State System // Mechanism of Economic Regulation. 2021. № 4. P. 22-29. DOI: <https://doi.org/10.21272/mer.2021.94.03>

<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/87514>

81. Karintseva O. I., Yevdokymov A. V., Yevdokymova A. V., Kharchenko M. O., Dron V. V. Designing the Information Educational Environment of the Studying Course for the Educational Process Management Using Cloud Services. Механізм регулювання економіки. 2020. № 3. С. 87-97. DOI: <https://doi.org/10.21272/mer.2020.89.07>

82. Kovalov, B., Karintseva, O., Kharchenko, M., Khymchenko, Y., & Tarasov, V. (2023). Methods of evaluating digitization and digital transformation of business and economy: the experience of OECD and EU countries. Економіка розвитку систем, 5(1), 18-25. <https://doi.org/10.32782/2707-8019/2023-1-3>

<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/91585>

83. Kubatko, O. V., Kubatko, O. V., Sachnenko, T. I., Oluwaseun, O. O. Organization of Business Activities with Account to Environmental and Economic Aspects // Mechanism of Economic Regulation. 2021. № 2. P. 76-85. DOI: <https://doi.org/10.21272/mer.2021.92.08>

<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/85180>

84. Kubatko, O., Merritt, R., Duane, S., & Piven, V. (2023). The impact of the COVID-19 pandemic on global food system resilience. Mechanism of an Economic

Regulation, (1(99), 144-148. <https://doi.org/10.32782/mer.2023.99.22>
<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/91371>

85. Lukash, O. A., Derev`yanko, Y. M., Kozlov, D. V., Mukorez, A. I. Regional Economic Development in The Context of the COVID-19 Pandemic and the Economic Crisis // Mechanism of Economic Regulation. 2021. № 1. P. 99-107. DOI: <https://doi.org/10.21272/mer.2021.91.08>

<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/84026>

86. Kubatko, O. V., Chortok, Y. V., Honcharenko, O. S., Nechyporenko, R. M., & Moskalenko, I. M. (2019). Studying Features of Vehicle Type Selection by Trade and Logistics Enterprise. Mechanism of economic regulation. – 2019. – №3. – С. 73–82. <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/76448>

87. Melnyk L. H., Derykolenko O. M., Mazin Yu. O., Matsenko O. I., Piven V. S. Modern Trends in the Development of Renewable Energy: the Experience of the EU and Leading Countries of the World // Механізм регулювання економіки. 2020. № 3. С. 117-133. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/81810>

88. Melnyk, L. Hr., Shaulska, L. V., Mazin, Yu. O., Matsenko, O. I., Piven, V. S., Konoplov, V. V. Modern Trends in the Production of Renewable Energy: the Cost Benefit Approach // Mechanism of Economic Regulation. 2021. № 1. P. 5-16. DOI: <https://doi.org/10.21272/mer.2021.91.01>

<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/83761>

89. Melnyk, L., Karintseva, O., Kubatko, O., Derev`yanko, Y., & Matsenko, O. (2022). Restructuring of socio-economic systems as a component of the formation of the digital economy in Ukraine. Mechanism of an Economic Regulation, (1-2(95-96), 7-13. <https://doi.org/10.32782/mer.2022.95-96.01>
<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/89627>

90. Melnyk, L., Kovalov, B., Mykahilov, S., Mykhailov, S., Skrypka, Y., & Starodub, I. (2022). Dynamics of reproduction of economic systems in the transition to digital economy – in the light of synergetic theory of development*. Mechanism of an Economic Regulation, (3-4(97-98), 7-14. <https://doi.org/10.32782/mer.2022.97-98.01> <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/90520>

91. Melnyk, L., Matsenko, O., Kalinichenko, L., Holub, A., & Sotnyk, I. (2023). Instruments for ensuring the phase transition of economic systems to management based on Industries 3.0, 4.0, 5.0. Mechanism of an Economic Regulation, (1(99), 34-40. <https://doi.org/10.32782/mer.2023.99.06>

<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/91226>

92. Nesterenko V., Dolhosheieva O., Kirilieva A., Voronenko V., Hrytsenko P. «Green» vector of the economic development of the country. Mechanism of Economic Regulation. 2021. № 3. С. 82-90.

<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/87533>

93. Nikulina, M., Sotnyk, I., Derykolenko, O., & Starodub, I. (2022). Unemployment in Ukraine's economy: COVID-19, war and digitalization. Mechanism of an Economic Regulation, (1-2(95-96), 25-32. <https://doi.org/10.32782/mer.2022.95-96.04>

<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/89630>

94. Omelyanenko V., Pidorychev I., Voronenko V., Andrusiak N., Omelianenko O., Fyliuk H., Matkovskyi P., Kosmidailo I. Information & Analytical Support of Innovation Processes Management Efficiency Estimations at the Regional Level. International Journal of Computer Science and Network Security. 2022. Vol. 22, No. 6. P. 400-407. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/89615>

95. Sotnyk I. M., Nahorny M. V., Maslii M. Yu., Nikulina M. P., Yehorov Y. V. Problems of Unemployment in Ukraine Under the COVID-19 Pandemic // Mechanism of Economic Regulation. 2021. № 3. P. 88-96. DOI: <https://doi.org/10.21272/mer.2021.93.08>

<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/87534>

96. Sotnyk, I. M., Matsenko, O. M., Popov, V. S., Martymianov, A. S. Ensuring the Economic Competitiveness of Small Green Energy Projects // Mechanism of Economic Regulation. 2021. № 1. P. 28-40. DOI: <https://doi.org/10.21272/mer.2021.91.03>

<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/84021>

97. Tambovceva, T. T., Melnyk, L. Hr., Dehtyarova, I. B., Nikolaev, S. O. Circular Economy: Tendencies and Development Perspectives // Mechanism of Economic Regulation. 2021. № 2. P. 33-42. DOI: <https://doi.org/10.21272/mer.2021.92.04>

<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/85156>

98. Voronenko V., Horobchenko D. Approaches to the Formation of a Theoretical Model for the Analysis of Environmental and Economic Development. Journal of Environmental Management and Tourism. Craiova: ASERS Publishing, 2018. Vol. 9, Issue Number 5(29). P. 1108-1119.

<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/77227>