

вдосконалення процесів. Усі ці заходи спрямовані на забезпечення оптимального використання ресурсів та збільшення результативності виробництва, що в свою чергу сприятиме підвищенню конкурентоспроможності підприємства на ринку.

### **Список використаних джерел:**

1. Бочко В.О. Шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємства. *Розвиток європейського простору очима молоді: економічні, соціальні та правові аспекти*: збірник тез доповідей конференції. Харків, 17 травня 2019 року.
2. Горб А.В. Підвищення конкурентоспроможності підприємства на основі оптимізації витрат. URL. <https://ela.kpi.ua/server/api/core/bitstreams/5861cc2f-6dca-4b60-82a8-8687d6ca93ec/content>.
3. Омельниченко О.С. Напрями оптимізації витрат в системі управління. *Ефективна економіка*. № 4. 2016. URL. <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4901>.

**Яковенко І. М.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

### **ПОБУДОВА ІННОВАЦІЙНОЇ ЕКОСИСТЕМИ**

Екосистему інновацій можна порівняти з біологічною, в якій учасниками виступають співробітники, клієнти, бізнес процеси та стратегії, утворюють складний взаємозв'язок серед різних ресурсів на ринку. Для досягнення успішної інноваційної стратегії важливо, щоб особи, що координують розвиток продукту в компанії, в першу чергу топ менеджмент, мали повне розуміння портфелю продуктів та їхньої взаємодії з екосистемою компанії.

В роботі застосовується «Innovation Ambition Matrix», розроблена партнерами компанії Deloitte, Бансі Наджі та Джефф Таффом. Цей інструмент призначений для оцінки рівня новаторства продуктів на ринку. Матриця розподіляє продуктові пропозиції на три основні типи:

1. Кореневі зміни – це невеликі модифікації в існуючих продуктах, що відбуваються з метою виходу на нові ринки. Наприклад, у 1995 році Pizza Hut вдосконалила свої піци, додавши сир у кільце. Цей хід став дуже популярним і призвів до збільшення продажів компанії на 300 мільйонів доларів.

2. Прилеглі зміни – наприклад, P&G розширила свій бренд Crest за межі зубної пасти, випускаючи нові продукти, такі як смуги для відбілювання,

електричні зубні щітки та зубні нитки, що дозволило їм вийти на суміжні ринки у галузі ротового догляду.

3. Трансформаційні зміни – це акцент на створенні нових пропозицій для обслуговування нових ринків. Наприклад, Starbucks, крім введення нових смаків кави, впровадив революційний досвід у магазинах за допомогою цифрових і мобільних технологій. Наразі практика показує, що компанії, які випереджають конкурентів, розподіляють свої пропозиції з приблизно 70% на кореневі зміни, 20% на суміжні та 10% на трансформаційні.

Щоб створити та підтримувати інновації, важливо об'єднати людей, спрямованих на інновації.

А саме, визначити впливових осіб, які сприяють розвитку інновацій, це важлива складова успіху. Інноваційні лідери часто не обмежуються посадовим статусом; вони вміло використовують комунікаційні навички та відносини, щоб переконати інших без формальної влади. Вони є каталізаторами для реалізації інноваційних ідей. Один із способів виявлення таких осіб полягає в зверненні уваги на харизматичних лідерів, які вміють надихати інших. Також варто шукати тих, хто вже реалізував не дуже значущі ідеї або впровадив зміни в організації.

Після визначення цих осіб важливо розвивати їхнє бачення змін у компанії. Інновації зазвичай не ґрунтуються на одноразовому спалаху геніальності, а складаються на основі стійких та реалізованих процесів. Подорож до інновацій починається з визначення правильних інноваційних процесів, які відповідають унікальному контексту компанії.

Найбільш поширені та передові інноваційні процеси включають: 1. Design thinking – стратегія спроектована для вирішення складних проблем, шляхом акценту на потребах користувачів. 2. Rapid prototyping – метод, який дозволяє швидко створювати прототипи продуктів або послуг для тестування. 3. Lean innovation – підхід, спрямований на створення мінімально необхідної функціональності продукту та його швидке впровадження на ринок для отримання зворотного зв'язку. 4. Open innovation – стратегія, що передбачає співпрацю з зовнішніми сторонами, такими як клієнти, партнери та конкуренти, для спільного створення інноваційних рішень. Ці процеси різні, але в них багато спільних аспектів. Вони

акцентують певні фази: дизайн-мислення на розумінні потреб клієнта, швидка прототипізація на експериментуванні з рішеннями, а відкрита інновація на обміні ідеями. Незалежно від обраного процесу, інноваторам слід враховувати:

1. Використання підтриманого компанією процесу для швидкого старту. Це дозволяє використовувати вже визнані методи та культуру інновацій. При відсутності такого процесу його варто впроваджувати, що вимагатиме підтримки на різних рівнях та готовності до тестування моделей.

2. Впровадження основних фаз інновацій: виявлення, створення, тестування та масштабування відповідних ідей. Це відповідає на питання: де та коли виникають ідеї, як вони тестуються та як розробляється необхідна бізнес-модель.

Отже, незважаючи на різноманітність назв інноваційних підходів, їхнє спільне завдання полягає у створенні сприятливого середовища для новаторства та розвитку стійкої системи генерації ідей. Такий підхід дозволяє підтримувати конкурентоспроможність компаній, забезпечуючи постійний потік ідей і їх адаптацію під бізнес-контекст.

### **Список використаних джерел:**

1. Kane G.C., Palmer D., Phillips A. N., Kiron D., Buckley N. Strategy, not technology, drives digital transformation. *MIT Sloan Management Review*. 2015. Vol. 14. P. 1-25. URL: <https://sloanreview.mit.edu/projects/strategy-drives-digital-transformation/>.
2. Яковенко В.С. Новітні можливості та форми організації бізнесу в циркулярній економіці. Підприємництво: сучасні виклики, тренди та трансформації: монографія / за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. Т. Гринько. Дніпро: Видавець Біла К.О., 2023. С. 88-120.
3. Яковенко В.С. Стартап-підприємництво як прояв креативної економіки. Актуальні аспекти розвитку суб'єктів підприємництва в умовах глобальної економіки: колект. моногр. за заг. ред. Т.В. Гринько. Дніпро: Біла К.О., 2021. С. 225-237.
4. Яковенко В.С. Організаційно-інфраструктурне забезпечення екосистеми стартапів в Україні. Теорія та практика управління суб'єктами підприємництва: колект. моногр. / за заг. ред. Т. В. Гринько. Дніпро: Видавець Біла К. О., 2020. 440 с.