

Г. Г. Канова,
*викладач вищої категорії;
Фаховий коледж інженерії, управління та землевпорядкування
Державного некомерційного підприємства
«Державний університет «Київський авіаційний інститут», м. Київ*

ІННОВАЦІЇ В СУЧАСНОМУ МЕНЕДЖМЕНТІ

Історія управлінської думки свідчить про розвиток управлінських практик від стародавніх часів до сучасності. Проте з початком XX століття, зростання організацій та складність їх взаємодії вказали на потребу в нових підходах до управління. Це сприяло виникненню менеджменту як науки, яка згодом зазнала значних змін, включаючи інтеграцію інноваційних технологій [5].

З розвитком цифрових технологій та глобалізацією, інновації стали важливою частиною сучасного менеджменту. Вони дозволяють підприємствам адаптуватися до нових умов і залишатися конкурентоспроможними, сприяючи зростанню ефективності й розвитку організацій. У цьому контексті важливим стало впровадження нових підходів у технології, управлінські методи та корпоративну культуру [6].

Інноваційний менеджмент допомагає підвищити ефективність роботи підприємств, покращити конкурентоспроможність і сприяти сталому розвитку економіки.

Основні інновації в сучасному менеджменті [4]:

1. Цифрова трансформація а саме використання штучного інтелекту, великих даних (Big Data), хмарних технологій та автоматизації процесів дозволяє оптимізувати управління бізнесом та покращити прийняття рішень. Загалом цифрова трансформація – це процес інтеграції цифрових технологій у всі аспекти бізнесу або організації з метою покращення ефективності, створення нових можливостей для зростання та покращення взаємодії з клієнтами. Як приклад можна навести компанії які перейшли на онлайн-торгівлю, що дозволяє клієнтам робити покупки через інтернет. У роздрібній торгівлі, таких як Amazon або Rozetka, покупки стали набагато доступнішими завдяки використанню цифрових платформ для продажу та доставки товарів. Компанії, як-от Google чи Microsoft, пропонують хмарні рішення для зберігання даних та обчислень, що дозволяє організаціям знижувати витрати на фізичні сервери та зменшувати потребу в ІТ-ресурсах. Використання Google Drive або Microsoft 365 дозволяє підприємствам ефективно працювати в умовах віддаленого співробітництва [1].

Компанії активно використовують програмне забезпечення для автоматизації рутинних задач. Robotic Process Automation (RPA) може автоматизувати такі операції, як введення даних або обробка платежів, що значно підвищує продуктивність і знижує помилки.

Системи на основі IoT дозволяють компаніям збирати дані від пристроїв, датчиків і машин. Наприклад, у виробництві за допомогою IoT можна

моніторити стан обладнання в реальному часі, що дозволяє проводити профілактичне обслуговування і запобігати поломкам.

Під час пандемії COVID-19 значна частина навчальних закладів перейшла на онлайн-навчання. Платформи, такі як Zoom, Google Classroom, та Moodle, стали основними інструментами для проведення дистанційних уроків, тренінгів і курсів.

2. Гнучкі методології управління таких як Agile, Scrum, Kanban та інші методи допомагають компаніям швидше реагувати на зміни ринку, підвищуючи ефективність командної роботи та адаптивність бізнесу.

Прикладом використання Agile у банківському секторі є ПриватБанк – один із перших банків в Україні, який впровадив гнучкі методології управління. Agile використовується для швидкої розробки та оновлення мобільного банкінгу та інших цифрових послуг. Завдяки цьому банк може оперативно випускати нові функції у своєму додатку Privat24, тестувати їх у реальному часі та миттєво адаптуватися до змін у поведінці клієнтів [3].

Компанія Ubisoft, відома своїми відеоіграми (наприклад, Assassin's Creed, Far Cry), застосовує Scrum для керування розробкою проєктів. Кожна команда розробників працює за спринтами (2-4 тижні), після яких аналізується прогрес і вносяться корективи. Це допомагає швидше випускати оновлення, виправляти помилки та тестувати нові механіки гри без ризику затримки релізу.

Метод Kanban зародився в Toyota та використовується для оптимізації виробничих процесів. Основна ідея – візуалізація завдань на спеціальній дошці Kanban, що дозволяє контролювати потік робіт, виявляти проблеми у виробництві та швидко реагувати на зміни.

Цей метод дозволив Toyota мінімізувати запаси на складах, зменшити затримки у виробництві та підвищити ефективність роботи заводів [1].

3. Дистанційна робота та гібридні моделі управління – використання цифрових платформ для комунікації та організації робочих процесів дозволяє ефективно керувати командами, незалежно від їхнього місцезнаходження.

Гібридну модель управління в Україні використовує компанія Нова Пошта – один із лідерів логістичного ринку України, який впровадив гібридну модель роботи для своїх співробітників, особливо для адміністративного персоналу та IT-відділів.

При гібридній моделі роботи використовується гнучкий графік роботи, співробітники можуть частково працювати з дому та періодично відвідувати офіс для важливих зустрічей або командної роботи.

Компанія активно застосовує CRM-системи, корпоративні портали та онлайн-інструменти (Microsoft Teams, Zoom, Google Workspace) для ефективної комунікації між працівниками [1].

Перехід на цифрові документи дозволяє співробітникам виконувати роботу віддалено, не вимагаючи фізичної присутності в офісі.

Для підвищення комфорту роботи компанія надає технічне забезпечення для віддалених працівників та проводить онлайн-тренінги для підвищення продуктивності.

А для роботи операторів та кур'єрів запроваджено мобільний додаток і автоматизовані системи, що дозволяє ефективніше планувати навантаження та маршрути.

Завдяки впровадженню гібридної моделі Нова Пошта змогла не тільки підвищити ефективність управління, але й покращити умови праці для своїх співробітників, особливо в умовах воєнного стану.

4. Інноваційна корпоративна культура – орієнтація на креативність, гнучкість та безперервне навчання сприяє підвищенню мотивації працівників і їхньої залученості в процеси змін.

Одним із перших хто з самого початку роботи впровадив інноваційні підходи до управління та корпоративної культури є Monobank – перший мобільний банк в Україні [2].

Банк працює без фізичних відділень, що дозволяє швидко приймати рішення та мінімізувати адміністративні витрати. Усі процеси автоматизовані, що підвищує ефективність роботи команди та покращує клієнтський досвід.

Незважаючи на масштаб, Monobank зберігає дух стартапу, де співробітники мають високий рівень автономії. Використовуються методи Agile та Scrum, що дозволяє швидко впроваджувати нові продукти та оновлення.

Monobank створив власний стиль комунікації у соцмережах, який є неформальним, дотепним і клієнтоорієнтованим. Взаємодія з клієнтами відбувається через чат-боти та соціальні мережі, що забезпечує швидкість обслуговування.

Працівникам надається гнучкий графік роботи та можливість працювати віддалено. Компанія створює атмосферу довіри та підтримки, заохочує ініціативність і творчий підхід до роботи.

Кожен працівник може пропонувати покращення та брати участь у створенні нових фінансових продуктів.

Monobank постійно тестує нові сервіси (наприклад, кешбек-систему, розстрочки, криптовалютні рішення), ґрунтуючись на відгуках клієнтів.

Завдяки такій корпоративній культурі Monobank став лідером українського FinTech-ринку, створивши банк, який постійно адаптується до нових умов і потреб користувачів.

5. Сталий розвиток та екологічні ініціативи – інтеграція принципів ESG (екологія, соціальна відповідальність, корпоративне управління) у бізнес-стратегію підвищує репутацію компанії та сприяє її довгостроковому розвитку.

В Україні активно розвиваються ініціативи сталого розвитку та екологічні проекти. Згідно статистичних даних у 2024 році в Україні спостерігається значний прогрес у впровадженні практик сталого розвитку та екологічних ініціатив, як на рівні держави, так і серед бізнес-структур [1].

У серпні 2024 року було схвалено Стратегію відновлення України, яка включає операційну ціль щодо стимулювання "зеленого переходу". Ця ціль передбачає підтримку сталих практик та екологічної модернізації малого і середнього бізнесу, зокрема через фінансування енергоефективних інвестицій та створення екоіндустріальних парків. Особлива увага приділяється

впровадженню циркулярної економіки, що включає зменшення утворення відходів, їх повторне використання та переробку.

Згідно з дослідженням KPMG за 2024 рік, стратегія сталого розвитку з урахуванням ESG-принципів стала ключовим пріоритетом для багатьох компаній. Майже всі компанії зі списку G250 (250 найбільших компаній світу) публікують цільові показники скорочення викидів вуглецю, що свідчить про глобальний тренд до сталого розвитку. В Україні 17% керівників очікують безпосереднього впливу ESG на фінансові результати протягом найближчих трьох років, а 60% відзначають її ключову роль у побудові взаємин із клієнтами.

Крім того, майже половина українських компаній, які впроваджують стратегії ESG, планують готувати звітність відповідно до Директиви про корпоративну звітність зі сталого розвитку (CSRD) за 2024 фінансовий рік.

Хоча конкретні статистичні дані щодо окремих підприємств за 2024 рік обмежені, загальна тенденція свідчить про зростаючу увагу бізнесу до практик сталого розвитку. Багато компаній інтегрують ESG-принципи у свою стратегію, створюють відповідні комітети на рівні керівництва та включають ESG-показники до системи оцінки ефективності. Це свідчить про зрілість підходу до сталого розвитку та його важливість для бізнес-спільноти України.

Однак цей процес не обходиться без труднощів. Запровадження інновацій, що передбачають інтеграцію нових технологій і зміну корпоративної культури, стикається з певними викликами, які потребують належного управлінського підходу.

Виклики які постають перед впровадження інновацій:

1. Опір змінам – співробітники та керівники можуть бути неготові до нових підходів.
2. Високі витрати – впровадження інноваційних технологій вимагає значних фінансових ресурсів.
3. Проблеми кібербезпеки – цифровізація збільшує ризики витоку даних та хакерських атак.
4. Дефіцит кваліфікованих кадрів – інноваційний менеджмент вимагає нових знань і навичок.

Незважаючи на численні переваги, впровадження інновацій в менеджменті стикається з рядом викликів, таких як опір змінам, високі витрати та проблеми кібербезпеки. Однак, завдяки впровадженню навчальних програм, інвестуванню в наукові дослідження та розвитку технологій, а також використанню гнучких моделей фінансування, можна ефективно подолати ці труднощі та забезпечити успішну адаптацію до нових умов.

Інновації в сучасному менеджменті є ключем до успіху підприємств у динамічному середовищі. Використання передових технологій, впровадження нових підходів до управління та створення інноваційної корпоративної культури допомагають компаніям залишатися конкурентоспроможними та ефективно розвиватися у швидкозмінному світі.

Список використаних джерел

1. Українська асоціація менеджменту. Інноваційний менеджмент як фактор конкурентоспроможності підприємств в Україні. URL: <https://uam.org.ua>
2. Monobank офіційний сайт. URL: <https://monobank.ua/>
3. Приват Банк офіційний сайт. URL: <https://privatbank>.
4. Ілляшенко С.М. Інноваційний менеджмент : підручник. Київ: Гельветика, 2023. 334с.
5. Менеджмент : навч. посіб. / за заг. ред. К. В. Пічик, В. В. Храпкіної. Київ : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2021. 460 с. (Серія «Могилянський підручник»).
6. Інноваційний менеджмент: підручник / П.П. Микитюк, В.Я. Брич, М.М. Шкільняк, Ю.І. Микитюк. Тернопіль : Економічна думка ТНЕ, 2019. 518с.

Т. А. Колесник,

здобувач ступеня доктор філософії;

Національна академія статистики, обліку та аудиту, м. Київ

НЕЙРОМАРКЕТИНГ: ЯК ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ ПРОГНОЗУЄ ПОВЕДІНКУ СПОЖИВАЧІВ

У наш час, коли цифрові технології активно змінюють спосіб життя, бізнес і комунікацію, виникає потреба у нових підходах до розуміння споживача. Люди залишають після себе безліч цифрових слідів: від поведінки у соцмережах до реакцій на рекламні повідомлення. Традиційні методи маркетингових досліджень – опитування, фокус-групи – поступово втрачають актуальність, оскільки не завжди дозволяють зазирнути у справжні мотиви поведінки. Саме тому зростає популярність нейромаркетингу – напряму, що поєднує знання з нейронауки, психології, економіки та ІТ. У цьому контексті штучний інтелект (ШІ) виступає як потужний інструмент, що дозволяє не лише аналізувати, а й передбачати поведінкові реакції споживачів на основі великих обсягів даних.

Мета цього дослідження – з'ясувати, як саме ШІ допомагає вивчати емоції та поведінку людей у процесі прийняття рішень про покупку, як змінюється поведінка споживачів у цифровому середовищі та як бізнеси застосовують ці знання на практиці.

Нейромаркетинг – це спосіб дізнатися, як саме мозок реагує на маркетингові стимули. Його основна ціль – зрозуміти, що насправді відчуває і думає споживач, навіть якщо він цього не усвідомлює. З'явившись як напрямок на межі наук, нейромаркетинг допомагає створювати рекламу, брендинг і продукти, які емоційно «чіпляють» людину.

Використовуються спеціальні методи: ЕЕГ – електроенцефалографія, фМРТ – функціональна магнітно-резонансна томографія, відстеження погляду,