

УДК 338

Олена АРЕФ'ЄВА,

доктор економічних наук, професор,
завідувач кафедри економіки повітряного
транспорту Національного авіаційного
університету, м. Київ

Сергій АРЕФ'ЄВ,

доктор економічних наук, професор
кафедри підприємництва та бізнесу
Київського національного університету
технологій та дизайну, м. Київ

МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ РЕАЛІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОГО УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВ

Анотація. У статті порушуються актуальні проблеми реалізації інноваційного управління розвитком підприємств. Розкрито теоретичні і практичні питання інноваційного розвитку. Узагальнені сучасні концепції інноваційного управління, доведена доцільність використання єдиного методологічного підґрунтя як виробничо-комерційних підприємств, так і сфери послуг та розроблена модель інноваційного розвитку для них. Запропонована низка напрямів і можливостей реалізації інноваційного управління розвитком підприємства.

Ключові слова: інноваційний процес, підприємство, сфера послуг, інноваційне управління, розвиток, стратегія, ефективність.

Постановка проблеми. Стрімкість розвитку нових технологій і продуктів, зміна процесу надання послуги створюють передумови активізації інноваційної діяльності підприємств з використанням власної стратегії, особливо в сучасних умовах господарювання, коли ринки звужуються і відбувається посилення конкуренції між підприємствами. Стрімко-змінний попит споживачів на товари та послуги через швидкий розвиток нових інформаційних технологій обумовлює необхідність впровадження інновацій та формування методологічного підґрунтя щодо технологій, принципів, особливостей інноваційного управління

підприємствами та активізації розвиткових процесів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Значний вклад у дослідження у вивчення та розв'язання проблеми управління інноваціями, обґрунтування чинників впливу на імплементацію їх через відповідні стратегії у діяльність підприємств внесли такі вчені як: О. Амосов, Н. Гавкалова, О. Коренков, А. Бондаренко, П. Бубенко, Н. Галазюк, О. Гудзь, В. Джеджула, Г. Захарчин, С. Ілляшенко, І. Карпунь, В. Карюк, В. Мясников, Н. Сиротинська та ін.

Мета статті полягає в узагальненні сучасних концепцій інноваційного управління, удосконаленні теоретичних положень, розробці моделі інноваційного розвитку як виробничо-комерційних підприємств, так і сфери послуг, напрямів і можливостей реалізації інноваційного управління розвитком підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. В сучасних умовах господарювання підприємства стикаються із постійними змінами у всіх сферах їхньої діяльності, які обумовлені детермінантами у розвиткових процесах економіки знань, інтелектуалізації людського капіталу, появі нових та удосконаленні виробничих технологій, що потребує диверсифікації.

Економічні деформації підкреслюють необхідність активізації та підвищення результативності інноваційно-інвестиційних процесів та мінімізації впливу чинників, що їх гальмують. Висока динаміка суспільних потреб, науково-технічного прогресу, інтенсивність конкуренції та інші чинники зовнішнього середовища вимагають від усіх учасників ринку активізації інноваційно-інвестиційної діяльності, яка виступає основою розвитку підприємства, що зумовлює зростання продуктивності праці, прибутковості та примноження кількості робочих місць. Інновації не тільки змушують підприємства шукати нові форми, механізми і методи впливу, але і наповнюють новою сутністю сам процес розвитку підприємства,

надаючи йому стратегічну спрямованість. Істотний вплив на інноваційно-інвестиційну діяльність, забезпечення лідируючих позицій, конкурентоспроможність підприємства має потужність його інноваційно-інвестиційного потенціалу. Тому ідентифікація та управління інноваційно-інвестиційним потенціалом підприємства є одним з основних чинників, що забезпечує вирішення широкого спектру питань, які розраховані на якісні зміни в діяльності підприємства [6, с. 101].

В таких умовах прийняття управлінських рішень потребує креативного мислення керівників підприємств у динамічному бізнес-середовищі, залучення інвестицій в реальне виробництво та формування відповідного темпам змін інноваційно-інвестиційного потенціалу. Інноваційність управління стає необхідністю для підприємства, при чому це не тільки персоналом, стратегіями, технікою і технологією, інноваціями та іншими елементами внутрішнього середовища, але й ринковим середовищем, активно впливаючи на його створення. Реалізація стратегії в даному контексті стає поєднуючою ланкою задіяння інноваційно-інвестиційного потенціалу, так і удосконалення його через адаптацію.

Статистичні дані свідчать про низьку інноваційну активність промислових підприємств в Україні, порівняно із розвинутими країнами світу, в першу чергу, країнами ЄС. В Україні питома вага підприємства, що займалися інноваційною діяльністю не перевищує 20% в 2010-2015 рр., тоді як кількість інноваційно активних підприємств с середньому по ЄС становить в середньому 44% від їх загальної кількості. Протягом 2010-2015 рр. питома вага машинобудівних підприємств, що займалися інноваційною діяльністю, досягла в середньому 25,6%, що значно більше ніж в цілому по промисловості за аналогічний період при одночасному зменшенні частки інноваційно активних підприємств машинобудівного комплексу з 28,5% у 2010 р. до 22,3% у 2014 р. І лише в 2015 р. спостерігається позитивна тенденція щодо зростання рівня інноваційної активності в галузі

машинобудування до рівня 28,5% [12]. Динаміка питомої ваги підприємств машинобудування, що впроваджували інновації, також дозволяє зробити висновок щодо їх провідної ролі в процесі розбудови інноваційно орієнтованого вітчизняного промислового комплексу та активного використання інноваційного потенціалу.

Передумовою здійснення розвиткових процесів на підприємстві можна визнати процеси, які відбуваються на макро та меза рівнях економіки країни, особливо це стосується нагромадженого синтезованого капіталу. Так, О. Амосов, Н. Гавкалова [1, с. 48] зазначають, що наявність проблемних чинників та аналіз їх впливу зумовили необхідність авторських пропозицій, за реалізації яких управління процесами розподілу та перерозподілу синтезованого капіталу буде дієвим в умовах післякризової модернізації, а саме:

- нагромадження синтезованого (людського, інтелектуального та соціального) капіталу країни з подальшим його розподілом та перерозподілом;
- створення умов для капіталізації синтезованого капіталу (прикладом є капіталізація знань, за якої формується інтелектуальний, людський та частково соціальний капітал);
- створення підґрунтя для трансформації синтезованого капіталу у геоекономічний капітал країни;
- удосконалення контролю та регулювання на ринку робочої сили з метою забезпечення ефективного розподілу та перерозподілу синтезованого капіталу в умовах постмодернізації;
- створення соціально-економічного механізму ефективного використання синтезованого капіталу в умовах постмодернізації (зазначений механізм містить державні, ринкові та організаційні важелі впливу на процеси формування синтезованого капіталу, ефективність використання якого визначається капіталізацією).

Для прискорення і формування незалежного рівня інноваційної культури в українському суспільстві необхідна реалізація наступних завдань:

- досягнення укоріненості в традиціях і змісті національної культури;
- переорієнтація мотиваційної сфери особистості персоналу організацій на пріоритет сприйняття соціальних і духовних цінностей людей;
- досягнення вищих морально-етичних орієнтирів і соціально відповідальної філософії у діяльності установ, підприємств та організацій, що впливають на вибір оптимальної соціальної стратегії та поведінки організації;
- цілеспрямований підбір персоналу в корпорації за рівнем компетентності і професіоналізму;
- розробка і запровадження у діяльність корпорацій гнучких організаційних структур на засадах корпоративного менеджменту.

Узагальнюючи сказане, можна констатувати, що формування і розвиток інноваційної культури людського потенціалу можна виділити два основних методичних підходи: внутрішньо системний та міжсистемний. Перший дозволяє удосконалити складові системної концептуальної моделі інноваційної культури по окремим елементам підсистем, досягти гармонізації елементів систем, поліпшити адаптаційні її можливості до чинників зовнішнього середовища (саморегулювання системи). Другий спрямований на використання різних підходів формування та розвитку корпоративної культури на основі адаптації, підвищення можливостей взаємодії системи на основі саморегуляції [8, с.61].

Виділяють базові складові для здійснення інноваційної діяльності, які є сукупністю елементів, необхідних для вирішення конкретних виробничих завдань та відображають готовність підприємства для їх

рішення. Складовими інноваційного потенціалу є [9, 7, 14, 2]:

1. Ринок – характеризує відповідність можливостей підприємства зовнішнім ринковим потребам інновацій, які формуються ринковим середовищем;

2. Ерудованість – визначає можливості до створення та прийняття ідей, задумів, новацій і доведення їх до рівня нових технологій, конструкцій, організаційних і управлінських рішень;

3. Працівники – визначається чисельністю персоналу, його розподілом за фаховою підготовкою, підрозділами на рівні, що відповідає сучасному розвитку науки та техніки;

4. Техніко-технологічна складова – показує здатність гнучкість та оперативність реагування виробничих потужностей підприємства потребам ринку;

5. Інформаційно-довідкова – є показником інформаційної забезпечуваності підприємства, ступінь повноти і точності інформації, необхідної для прийняття ефективних інноваційних рішень;

6. Взаємодія – визначає можливості приведення у відповідність різноспрямованих інтересів суб'єктів інноваційного процесу (рівень надійності взаємодії з суб'єктами інноваційного процесу);

7. Дослідження – характеризує наявність запасу результатів науково-дослідних робіт достатнього для утворення нових знань, можливість проведення досліджень з метою перевірки ідей інновацій і оцінки застосування інновацій у процесі виробництва нової продукції.

Щодо дослідження інноваційної діяльності підприємств в Україні, то більшість експертів-науковців визначають її, як кризову, що не відповідає сучасному рівню розвитку інноваційних процесів в країнах, для яких інноваційний розвиток є ключовим аспектом економічної стратегії. Про низьку інноваційну активність українських підприємств свідчать показники обсягів реалізованої інноваційної продукції в Україні за останні

роки. Варто зазначити, що у загальному обсязі промислової продукції в країнах Європейського Союзу 75% мають ознаки інновацій, а в Україні лише близько 3%. Крім цього, спостерігається стримке зниження рівня наукомісткості вітчизняної продукції, внаслідок чого українська продукція стає менш конкурентоспроможною [5].

Заохочення підрозділів має залежати від кінцевих результатів діяльності підрозділів і підприємства загалом. Матеріальне стимулювання праці складається з різноманітних взаємодоповнювальних спонукальних стимулів, пов'язаних єдиним процесом створення матеріальної зацікавленості у результатах трудової діяльності. Воно передбачає індивідуалізацію посадових окладів, а також застосування їх спеціального преміювання, таких, як система участі у прибутках підприємства та участь у власності.

Матеріальна зацікавленість стане дієвим стимулом активізації участі працівників у створенні та впровадженні інновацій лише тоді, коли розмір винагороди буде співвідноситись з результативністю інтелектуальної праці, а отже – стимулюватиме виконавців. Так, рівень оплати праці в інноваційній сфері США у 2,5, в Японії у 2,7, в Швеції – у 2,1 рази вищий, ніж у промисловості. В Україні ж оплата інтелектуальної праці недостатньо мотивує її активізацію [10, с. 531].

Світ не пригальмує в своєму поступу, щоб дати підприємствам можливість озирнутися. Нині підприємства України характеризуються технологічною відсталістю від більшості інших країн за показниками економічного розвитку: 69 місце за індексом конкурентоспроможного зростання (Growth Competitiveness Index), 83 місце з 99 країн за індексом технологічного розвитку рівня (Technology Index), 52 місце з 134 – у сфері формування факторів інноваційного розвитку і 65 – за оснащеністю сучасними технологіями. Міжнародні експерти визначають 4 чинника низької інноваційної активності вітчизняних підприємств: домінуюча

частка традиційних галузей, які не є науково інтенсивними; висока інфляція, коливання курсу, високі процентні ставки не створюють сприятливого інвестиційного клімату; існуючі інструменти підтримки інновацій (інвестиційні фонди, технопарки, бізнес-інкубатори, центри трансферу технологій тощо) обмежені у фінансових можливостях; для банків більш привабливим є кредитування інших видів підприємницької діяльності [13]. Керівники підприємств серйозною перешкодою вважають занадто високі ризики та первинні витрати на інновації, невизначений попит на інноваційну продукцію та наявність сильних конкурентів. Нині, «...щоб втримати конкурентоспроможну позицію, все більше підприємств розробляють нові бізнес-моделі, підкріплюючи свої нововведення стратегічним інструментарієм» [16, с. 2].

Удай Кармаркар зазначає, що шляхи інновацій залежать від характеру роботи цієї організації і від того, хто є її клієнтом [15]:

– компанії, бізнес яких організований просто, але знаходиться в сильній залежності від клієнта (роздрібна торгівля, веб-дизайн, туризм і подорожі і ін.) можуть автоматизувати деякі складові бізнес-процесу, частково перекласти клієнтів на самообслуговування. При цьому, можливим є переведення деяких (якнайменше прибуткових) відділень на аутсорсинг та відкриття офшорних представництв або виробництв (переведення відділень за кордон). Для цих компаній дуже важливо зберегти кожного клієнта;

– фірми, які надають стандартні послуги із спрощеної схеми (банківське обслуговування фізичних осіб, управління даними, телемаркетинг, виставляння рахунків і ін.), можуть практично повністю перейти на аутсорсинг. Але якнайкращим стратегічним рішенням для них була б організація безперервного сервісу і спрощеної схеми обслуговування. В цих сферах зростає конкуренція, і компанії повинні не тільки протистояти їй, але і укрупнюватися;

– компанії, чий бізнес був заснований на складних процесах і орієнтований на клієнта (наприклад, індивідуальне фінансове планування, експертна медична діагностика, маркетинг, інженерна справа, дизайн), можуть самостійно виконувати весь об'єм роботи, але концентруватися на розділенні і дезінтеграції процесів, часткової автоматизації і аутсорсинге, де це можливо;

– компанії з складними процесами, але стандартним сервісом (кредитний аналіз, технічні дослідження, контент-менеджмент, розробка програм, стандартна медична діагностика) можуть вдатися до переведення відділень за кордон, частковому аутсорсингу. Можлива також глобалізація бізнесу, особливо якщо унікальні знання сполучені з складними процесами або ці процеси були автоматизовані.

Відповідно до визначених проблем можливо визначити шляхи та напрями активізації інноваційної діяльності в Україні:

– формування якісно нової організації взаємозв'язків і взаємодії між усіма учасниками інноваційного процесу, встановлення нових функцій за відповідними органами управління як на державному, так і регіональному рівнях;

– створення ринку інноваційної продукції, на якому має бути забезпечений належний рівень захисту інтелектуальної власності;

– пільгове оподаткування підприємств-інноваторів, повне або часткове відшкодування витрат державою на розробку інновацій, участь у спеціальних державних програмах допомоги з впровадження інновацій, держзамовлення на інноваційну продукцію;

– створення ефективної системи інноваційного кредитування (застосування кредитування малого інноваційного підприємництва під гарантії великих підприємств, зменшення відсоткової ставки за інноваційними кредитами);

– надання безвідсоткових кредитів чи кредитів на пільгових умовах

малим підприємствам, що займаються науковими розробками;

- використання досвіду країн з розвиненою економікою, де значного поширення набуває кредитування й інвестування малих підприємств так званими «бізнес-ангелами» – суб'єктами підприємницької діяльності, які ризикують невеликою часткою капіталу, сподіваючись на багаторазове збільшення вкладених коштів [3];

- створення та розвиток інноваційних інституцій, здатних започаткувати умови задля прискорення впровадження інноваційної діяльності у всіх сферах життя, зважаючи на необхідність оптимізації балансу робочого та вільного часу людей.

Треба визнати, що чисельні спроби побудови в державі дійової структури виконавчої вертикалі влади, яка б, з одного боку, вирішувала більшість проблем суспільства в наданні якісних управлінських послуг і охоплювала всі сфери і галузі діяльності, де є необхідність в державному регулюванні, а з іншого – усувала б дублювання функцій та пряме суперництво міністерств і відомств за сфери впливу та можливості доступу до каналів розподілу бюджетних коштів, інших економічних і неекономічних важелів, виявилися марними саме через відсутність системного, наукового підходу до цієї важливої справи [4, с. 78].

Інноваційне управління – це процес прийняття управлінських рішень через впровадження інновацій у внутрішньоорганізаційні та зовнішньо ринкові відносини на підставі удосконалення функцій із використанням переваг цифрової та циркулярної економік.

Слід зазначити, що інноваційне управління стає елементом активізації та підвищення економічного потенціалу підприємства завдяки вдосконаленню технології управління, реструктуризації бізнес-процесів підприємства, оптимізації організаційних структур, запобігання конфліктів, впровадження нових концепцій розвитку корпоративної культури.

Початком процесу формування засад управління інноваційним

розвитком підприємства має стати переосмислення стратегії із скеруванням на нові продукти та послуги, що отримуються через використання нових технологічних процесів, здатних забезпечити високу якість та продуктивність праці (рис.1).

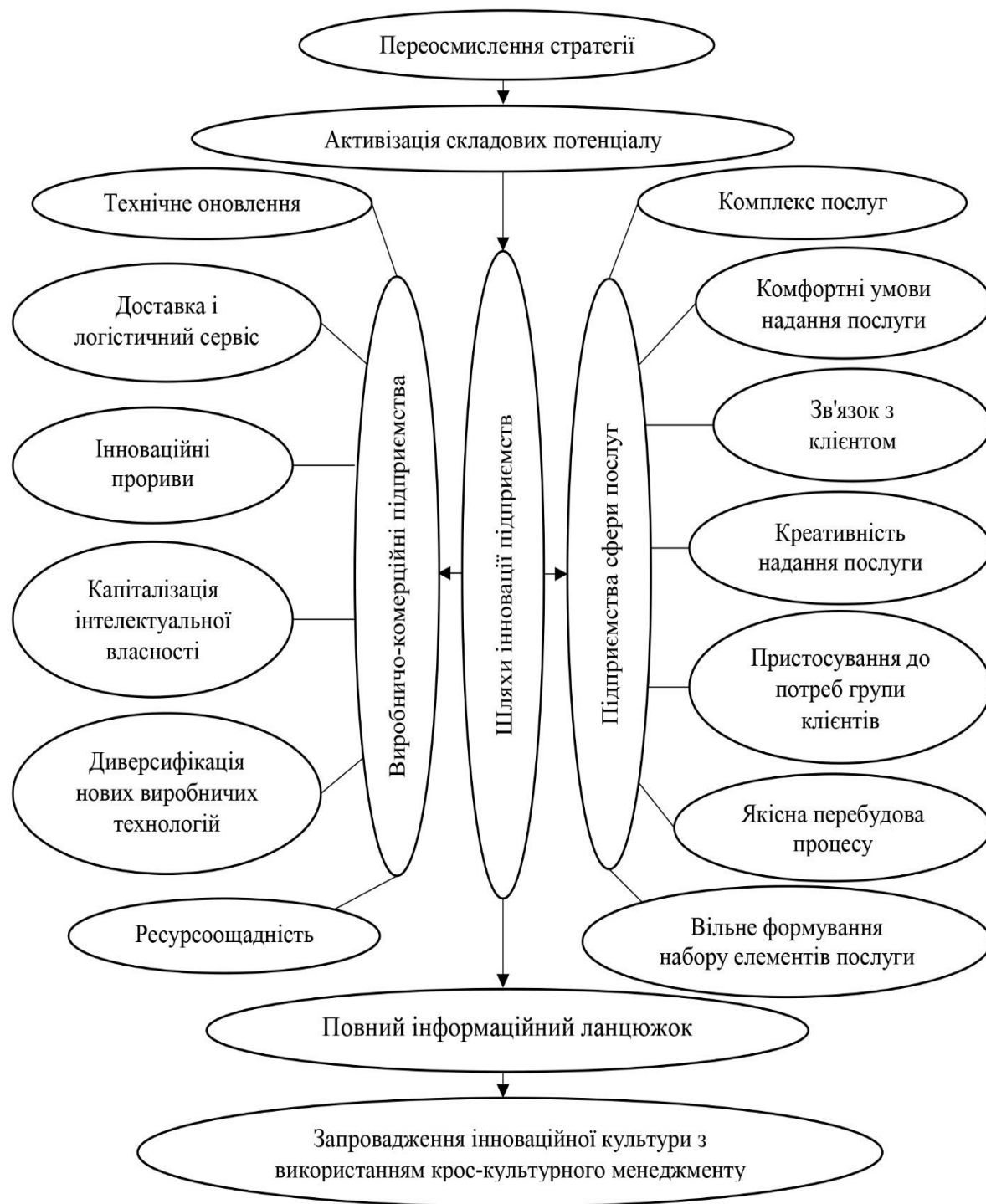


Рис. 1. Модель формування напрямів реалізації інноваційного управління розвитком підприємства

Активізація складових потенціалу виробничо-комерційних підприємств має спиратись на розвиток економічно ефективних основних засобів та нематеріальних ресурсів, що обумовлюють виробництво продукції необхідної якості задля підвищення конкурентоспроможності, активізація інвестування та інтелектуалізації власності стимулюватиме подолання тенденції морального старіння та зростання зносу основних засобів в реальному секторі економіки. Пошук нових форм та методів адаптації підприємства, включаючи тісну взаємодію в даному контексті з технічним оновленням нівелює флуктуацію інноваційних видатків і фінансових результатів. Моніторинг капіталізації інтелектуальної власності стає невід'ємним етапом формування напрямів реалізації управління інноваційного розвитку підприємства, ґрунтуючись на методичних підходах з реальними інструментами для подолання проблеми оцінювання та інвентаризації нематеріальних активів, інтелектуального капіталу, формування та розвитку його складових.

Диверсифікація нових виробничих технологій дає змогу підприємству до створення нових шляхів отримання прибутку за межами традиційної сфери його діяльності, а також створити умови до інвестування накопиченого капіталу з метою його збільшення.

Формування стратегії ресурсоощадності на підприємстві тісно пов'язана з впровадженням інноваційних підходів як у виробничу, так і в соціально-забезпечуючу складову. При цьому інвестиції, що вкладаються орієнтовані на довгострокову перспективу, а отже потребують виважених управлінських рішень та розробку відповідних програм.

Доставка і логістичний сервіс є невід'ємною частиною переходу виробленої продукції від виробника до споживача. В Україні більшість підприємств за останні роки переходять від утримання власного логістичного відділу з утриманням автопарку до послуг організацій-перевізників, що мінімізує власні ризики, зменшує відповідальність на

етапі доставки та знижує відрахування, які пов'язані з утриманням транспорту та спеціалістів даного профілю.

На сучасному глобалізаційному етапі розвитку економіки інноваційні прориви є основою створення конкурентних переваг на період використання інтелектуальною власністю при її ефективній комерціалізації. Інноваційний прорив слід розуміти, як створення симбіозу відкриттів на межевому перетині їхньої галузевої, культурної, функціональної та інших типів приналежності. Функція часу стає головною при здійсненні інноваційних проривів та сприятиме використати стратегію збирання плодів та накопичити фінансові ресурси для нових досліджень.

Комплекс послуг слід розглядати через отримання конкурентних переваг за допомогою не тільки цінової політики, але й психологічного насичення місця її надання. Забезпечення якісних супутніх послуг до основного виду діяльності дає змогу диверсифікувати можливості підприємства, а також виграти боротьбу за клієнта.

Комфортні умови надання послуг є логічним продовженням комплексу надаваних послуг, оскільки саме вони дозволяють емоційно наповнитись клієнту. Тут підприємство має відштовхуватись не від якості послуги як такої, а й формувати відповідні умови у яких послуга буде надана. Чинниками, що формують комфорт можуть виступати швидкість, забезпеченість вторинними якісними умовами, колір приміщення, дотримання стандартів, санітарних умов та ін.

Для підприємств сфери послуг дуже важливою складовою діяльності є зв'язок з клієнтом. Зрозумілим є бажання, щоб клієнт повертався до підприємства за послугою знову і знову, а ще краще приводив й нових клієнтів. Для забезпечення такого ефекту можна виділити основні принципи формування зворотного зв'язку: використання рейтингових оцінок для маркетингу, формування комплексів послуг за зменшеною ціною, створення системи лояльності, мотивування співтовариства,

культивування «ланцюжка участі».

Креативність надання послуги формується за рахунок створення нової або більш цікавої форми у порівнянні з існуючими.

Пристосування потреб до групи клієнтів потрібно під час врахування особливостей: вікових, гендерних, культурних, кліматичних тощо. Це дає змогу сегментувати послуги та врахувати можливості підвищення конкурентних переваг.

Якісна перебудова процесу заснована на впровадженні інноваційних технологій, які дозволяють збільшити комфортні умови надання та отримання послуги. Воно може включати певні додаткові бізнес-процеси на підставі здійснення функціонально-вартісного аналізу. Це дасть змогу збалансувати послугу за параметрами ціна-якість.

Вільне формування набору елементів використовується як механізм формування індивідуального комплексу послуг з можливістю дисконтування, це дає змогу формувати як цінові та і нецінові конкурентні переваги.

З погляду на необхідні зміни підприємства-виробники повинні поглянути на свій бізнес з позиції підвищення конкурентоспроможності через власну стратегію поєднуючи сервіс та інші елементи бізнес-процесу сфери послуг. Наявність повного інформаційного ланцюжка сприятиме налагодженню канал поставок та сприятиме зменшенню вартості елементів бізнес-процесу, збільшенню продуктивності та перевагу перед конкурентами. Особливу увагу необхідно приділити тим ланкам ланцюжка, які тимчасово в резерві, незаслужено забуті або не помічені. Потрібно уважно відноситися до побажань клієнтів, які хочуть одержувати більш якісні послуги і більш широкий вибір з більш низької ціни.

Запровадження інноваційної культури з використанням крос-культурного менеджменту як для підприємств виробничо-комерційного характеру так і сфери послуг стає необхідним елементом та умовою для

прийняття управлінських рішень щодо впровадження корпоративної культури на засадах етнічної толерантності. Це сприяє розвитку зв'язків та можливості обміну компетенціями між співробітниками, контрагентами, споживачами.

Висновок. В цілому в статті відображено узагальнення підходів науковців щодо управління інноваціями, розвитком, інноваційного управління. Запропоновано авторське визначення інноваційного управління як процес прийняття управлінських рішень через впровадження інновацій у внутрішньоорганізаційні та зовнішньо ринкові відносини на підставі удосконалення функцій із використанням переваг цифрової та циркулярної економік. Це дозволило розробити модель формування напрямів реалізації інноваційного управління розвитком підприємства, яка з одного боку виділяє спільне в контексті виробничо-комерційного характеру та такими, що надають послуги. Втім, поєднуючи ми елементами запропоновано вважати такі: переосмислення стратегії та активізацію складових потенціалу, а також формування повного інформаційного ланцюжка та запровадження інноваційної культури з використанням крос-культурного менеджменту.

Використана література

1. Амосов О.Ю. Капіталізація як засіб модернізації суспільства / О.Ю. Амосов, Н.Л. Гавкалова // Демографія та соціальна економіка. – 2012. – № 1(17). – С. 43–50.
2. Ареф'єва О.В., Коренков О.В. Управління потенціалом розвитку підприємства: [монографія] / О.В. Ареф'єва, О.В. Коренков. – К. : ГРОТ, 2004.
3. Бондаренко А.М. Шляхи активізації інноваційної діяльності підприємств / А.М. Бондаренко // Молодий вчений. Серія «Економічні науки». – Херсон : Видавничий дім «Гельветика», 2015. – Вип. 2(17). – С. 113–116.
4. Бубенко П.Т. Стратегічне планування та управління інноваційним розвитком: теорія і практика / П.Т. Бубенко // БІЗНЕС ІНФОРМ. – 2016. – № 1. – С. 77–80.
5. Галазюк Н.М. Інноваційна діяльність в Україні: проблеми та

шляхи її активізації / Н.М. Галазюк // Управління інноваційним процесом в Україні: налагодження взаємодії між учасниками : матер. V Міжнар. наук.-практ. конф. (МІРУ-2014, 22–23 травня 2014 р.) – Львів : Вид-во НУ «Львівська політехніка», 2014. – С. 16–17.

6. Гудзь О.Є. Ідентифікація та управління інноваційно-інвестиційним потенціалом підприємства / О.Є. Гудзь // Науковий вісник Мукачівського державного університету, 2015. – Вип. 2(4). – Ч. 1. – С. 101–106.

7. Джеджула В.В. Інноваційна діяльність як чинник конкурентоспроможності підприємств // В.В. Джеджула, І.Ю. Єпіфанова, О.Г. Цвик // Інвестиції: практика та досвід. – 2017. – № 4. – С. 5–8.

8. Захарчин Г.М. Передумови розвитку організаційної культури на підприємстві в умовах глобалізації / Г.М. Захарчин // Економічний простір. – 2009. – № 23/1. – С. 57–63.

9. Ілляшенко С.М. Управління інноваційним розвитком: проблеми концепції, методи : [навч. посібник] / С.М. Ілляшенко. – Суми : Університетська книга, 2003. – 278 с.

10. Карпунь І.Н. Мотивування і стимулювання інноваційної діяльності підприємства [Текст] / І.Н. Карпунь // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія «Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку». – Львів : Вид-во НУ «Львівська політехніка», 2008. – № 628. – С. 529–533.

11. Карюк В.І. Формування економічного стимулювання інноваційної діяльності персоналу підприємств / В.І. Карюк // Україна: аспекти праці. – 2012. – № 2. – С. 42–46.

12. Мясников В.О. Проблеми формування інноваційного потенціалу машинобудівних підприємств: шляхи їх вирішення / В.О. Мясников. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу : <http://www.spilnota.net.ua/ua/articles/year-9/rozdil-44/pidrozdil-228/pidrozdil-285//>.

13. Платформа наукової та інноваційної політики і систем. Офіційний сайт Європейської комісії. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу : http://erawatch.jrc.ec.europa.eu/erawatch/opencms/information/country_pages/ua/country.

14. Сиротинська Н.М. Сутність інноваційного потенціалу промислових підприємств / Н.М. Сиротинська // Економічний простір. – 2011. – № 55. – С. 255–260.

15. Удай Кармаркар. Кто переживет революцию в сервисе? / Кармаркар Удай // Искусство управления. – 2004. – № 4–5.

16. Jay L. Abraham MetaMorphic Innovation: a Power Tool for Breakthrough Performance / L. Abraham Jay, Daniel J. Knight // Strategy & Leadership. – 2000. – Vol. 28. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу : http://www.ergen.gr/files/Metamorphic_Innovation.pdf.

Елена Владимировна Арефьева,
доктор экономических наук, профессор,
заведующая кафедрой экономики воздушного транспорта Национального
авиационного университета, г. Киев

Сергей Олегович Арефьев,
доктор экономических наук, профессор кафедры предпринимательства и
бизнеса Киевского национального университета технологий
и дизайна, г. Киев

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ В РЕАЛИЗАЦИИ ИННОВАЦИОННОГО УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ ПРЕДПРИЯТИЙ

Аннотация. В статье поднимаются актуальные проблемы реализации инновационного управления развитием предприятий. Раскрыты теоретические и практические вопросы инновационного развития. Обобщены современные концепции инновационного управления, доказана целесообразность использования единого методологического основания как производственно-коммерческих предприятий, так и сферы услуг разработана модель инновационного развития для них. Предложен ряд направлений и возможностей реализации инновационного управления развитием предприятия.

Ключевые слова: инновационный процесс, предприятие, сфера услуг, инновационное управление, развитие, стратегия, эффективность.

Olena Vol. Arefyeva,
d.kon.n., professor Head of the Department of Economics of Air Transportation
of the National Aviation University, Kiev, Ukraine

Serguij Ol. Arefiev,
d.kon.n., professor of the Department of Business and Business of the Kiev
National University of Technology and design, Kiev, Ukraine

METHODOLOGICAL APPROACHES IN IMPLEMENTATION OF INNOVATIVE DEPARTMENT OF DEVELOPMENT OF ENTERPRISES

Abstract. The article raises actual problems of implementation of innovative management of enterprise development. Theoretical and practical issues of innovative development are revealed. The modern concepts of innovative management are generalized, the expediency of using a single methodological basis for both industrial and commercial enterprises and the

service sector is proved, a model of innovative development for them has been developed. A number of directions and possibilities of realization of innovative management of enterprise development are offered.

Key words: innovation process, enterprise, service sector, innovative management, development, strategy, efficiency.

Стаття надійшла до редакції 29 жовтня 2017 року

Рецензент:

доктор педагогічних наук, професор
Г.В. Єльнікова