

підприємствах. Успіх компанії залежить від продуктивності праці її працівників, а отже від ефективної моделі мотивації, яка сформована на підприємстві: розвитку творчої ініціативи співробітників, створення умов для можливості безперервного навчання, використання гнучкого робочого часу та ін. [1; 3].

Отже, передумовою успішної роботи підприємств та їх подальшого розвитку є використання програм мотивації як основи культури організації.

Список використаних джерел:

1. Величко Л. А. Управління мотивацією праці на підприємствах сфери обслуговування / Л. А. Величко // Сучасні трансформації організаційно-економічного механізму менеджменту та логістики суб'єктів підприємництва в системі економічної безпеки України / за заг. ред. д. е. н., проф. Т. В. Гринько. – Дніпро : Біла К. О., 2017. – С. 120–128.
2. Гриньова В. М. Проблеми мотивації праці персоналу підприємства : моногр. / В. М. Гриньова, І. А. Грузіна. – Х. : Видавничий Дім «ІНЖЕК», 2007. – 184 с.
3. Grynko T., Krupskyi O., Koshevyi M., Maximchuk O. Modern Concepts of Financial and Non-Financial Motivation of Service Industries Staff // Journal of Advanced Research in Law and Economics; Craiova Vol. 8, Iss. 4(26), (Summer 2017): 1100-1112.

Корса І. А., к. держ. упр. Величко Л. А.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара(Україна)

НАУКОВО-МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

Світовий економічний розвиток в останні десятиліття, внаслідок стрімкого поширення новітніх інформаційних технологій в різні сфери людської діяльності характеризується наростанням процесів глобалізації та інтернаціоналізації. Бізнес-процеси виходять за межі національних економік, підвищуючи доступність якісних товарів все більшій кількості споживачів, роблячи споживачів все вибагливішими до якісних характеристик продукції та послуг. Це спонукає виробників до пошуку способів вдосконалення продукції і процесів, до виведення на ринок нових зразків, які можуть змінювати структуру споживчих потреб.

Актуальність проблеми ефективного управління інноваційною діяльністю є безумовною і для промислових підприємств, переважна більшість із яких працює на ринках із високим рівнем конкуренції. І, зважаючи на те, що саме

в процесі інноваційної діяльності формуються конкурентні переваги, які відповідають очікуванням ринку, важливо вірно визначити основні акценти, яких необхідно дотримуватися для того, щоб досягти в процесі інноваційної діяльності промислового підприємства бажаних результатів.

На сьогодні у сфері управління інноваціями сформований багатий теоретико-методологічний і методичний доробок – завдяки роботам таких відомих науковців як О. Амоша, Б. Андрушків, І. Балабанов, В. Баранчєєв, М. Войнаренко, В. Гриньова, М. Денисенко. Водночас залишається значне коло питань науково-методичного характеру, пов'язаних із забезпеченням позитивних результатів інноваційної діяльності промислових підприємств.

За класичного підходу до управління будь-якою діяльністю, запропонованого ще А. Файоєм, цей процес має охоплювати дії з прогнозування, планування, організації, мотивування, контролювання і регулювання праці персоналу, що забезпечує отримання встановлених на відповідний період цілей [2].

Систематизація завдань, що вирішуються в межах науково-методичних підходів до управління інноваційною діяльністю підприємства і використання цих підходів для вирішення чітко визначених завдань, які мають бути покладені в основу вирішення проблем управління інноваційною діяльністю, подана в табл. 1.

Таблиця 1. Систематизація науково-методичних підходів до управління інноваційною діяльністю підприємства[3]

Науково-методичний підхід	Завдання, що вирішуються в межах підходу
Цілеорієнтований	Досягнення поставлених цілей інноваційної діяльності, забезпечення її результативності і ефективності
Процесний	Визначення змісту, послідовності і логічних зв'язків між етапами інноваційної діяльності
Ресурсно-функціональний	Розподіл інноваційних завдань в розрізі функціональних служб підприємства, які відповідають за використання (залучення) відповідних ресурсів
Системний	Координування діяльності для забезпечення збалансованості інноваційних змін і збереження стійкості підприємства як економічної системи
Поведінковий	Мотиваційне забезпечення і регулювання цілеорієнтованої поведінки персоналу
Ціннісно-орієнтований	Максимізація споживчої цінності в процесі створення і реалізації інновацій

Отже, управління інноваційною діяльністю в сучасних умовах продовжує опиратись на стару науково-методичну базу, яка націлювала менеджмент підприємства на досягнення кращого економічного результату в процесі створення й реалізації інновацій, не заглиблюючись у відносини між учасниками інноваційної діяльності, а розглядаючи цю діяльність переважно з позицій її змісту.

Але лише при застосуванні сучасних науково-методичних підходів, підприємство має змогу досягти ефективного управління інноваційними процесами в усіх сферах його господарювання.

Список використаних джерел:

1. Амоша О. Інноваційний шлях розвитку України: проблеми та рішення / О. Амоша // Економіст. – 2005. – № 6. – С. 28–32.
2. Кошевой Н. Н. Обеспечение развития наукоемкого производства в промышленности Украины / Н. Н. Кошевой // Проблемы устойчивости социально-экономического развития в условия глобализации : материалы Международной научно-практической конференции (г. Душанбе, 8–9 апреля 2015 г.). – Душанбе, 2015. – С. 149–151.
3. Velychko O. Transformation and development of production-logistics enterprises in Ukrainian agrarian sector / O. Velychko, L. Velychko, J. Ramanauskas // Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development. – 2016. – Vol. 38. – No. 1. – P. 70-87.

Костюк М. Ю., к. е. н. Гвініашвілі Т. З.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

РЕІНЖІНІРИНГ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ЯК СУЧАСНИЙ ПІДХІД В УПРАВЛІННІ СТРАТЕГІЧНИМИ ЗМІНАМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Сучасна ринкова конкуренція – це жорстока боротьба, перемога в якій забезпечується всеосяжною концепцією, що чітко формулює правила, як досягати переваг перед конкурентами та зміцнювати їх. Перемагають підприємства, які вміють адекватно реагувати на ринкові зміни та адаптують відповідно до них корпоративну стратегію або ті, які самі створюють своє майбутнє, ефективно впроваджуючи нововведення, перерозподіляючи зовнішні та внутрішні компетенції, мобілізуючи наявні резерви. Дана проблематика не втрачає свою актуальність кілька десятиліть, тому широко відомі методи конкурентної боротьби – реінжиніринг, бенчмаркінг, аутсорсинг, оптимізація структури і штату, а також їх