

**ПРОЦЕСНЕ
ТА СОЦІАЛЬНО-КОМПЕТЕНТНЕ
УПРАВЛІННЯ
ІННОВАЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ
ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ СИСТЕМ**

Монографія

За науковою редакцією
д-ра екон. наук, професора Полінкевич О.М.

Луцьк–2017

УДК 658:330.341.1 (477)
ББК 65.291.21:65.291.551 (4 Укр)
П-84

Рецензенти:

Нижник В.М., д-р екон. наук, професор, заслужений діяч науки і техніки України, проректор з науково-педагогічної роботи Хмельницького національного університету, м. Хмельницький

Ілляшенко С.М., д-р екон. наук, професор, завідувач кафедри маркетингу та управління інноваційною діяльністю Сумського державного університету, м. Суми

Коцій О.В., д-р екон. наук, професор, професор кафедри менеджменту Луцького національного технічного університету, м. Луцьк

Рекомендовано до друку вченою радою Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки (протокол № 19 від «26» грудня 2017 р.)

Полінкевич О.М.

П-84 Процесне та соціально-компетентне управління інноваційним розвитком підприємницьких систем : монографія / за наук. ред. д-ра екон. наук, проф. О.М. Полінкевич. – Луцьк : Вежа-Друк, 2017. – 368 с.
ISBN

У монографії представлено результати дослідження й систематизації теоретичних, науково-методологічних і практичних положень та розробок щодо процесного та соціально-компетентного управління інноваційним розвитком підприємницьких систем. Запропоновано і обґрунтовано теоретико-методологічні засади процесного та соціально-компетентного управління інноваційним розвитком підприємства, визначено сучасні реалії та тенденції інноваційного розвитку підприємницьких систем, запропоновано нові підходи у корпоративному управлінні, обґрунтовано доцільність використання реінжинірингу бізнес-процесів підприємницьких систем, визначено підходи до формування корпоративної культури та соціальної відповідальності бізнесу.

Для науковців та фахівців сфери економіки та управління підприємствами
УДК 658:330.341.1 (477)
ББК 65.291.21:65.291.551 (4 Укр)

ISBN

© Авт. кол., 2017
© СНУ ім. Лесі Українки, оригінал-макет, 2017

ЗМІСТ

СПИСОК СКОРОЧЕНЬ	7
ВСТУП	9
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ПРОЦЕСНОГО УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ СИСТЕМ	13
1.1. Значення підприємницької системи у випереджальному розвитку економіки країн світу	13
1.2. Сутність процесного управління підприємством	23
1.3. Особливості застосування процесно-орієнтованого підходу до управління змінами	31
1.4. Характеристика процесного управління заготівельною діяльністю сільськогосподарських підприємств з використанням інструментів логістики	41
1.4.1. Процесне управління заготівельною діяльністю сільськогосподарських підприємств	41
1.4.2. Інструменти логістики в заготівельній діяльності сільськогосподарських підприємств	48
Висновки до 1 розділу	55
РОЗДІЛ 2. КОРПОРАТИВНЕ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ	57
2.1. Сутність та підходи до корпоративного управління підприємством	57
2.2. Система стратегічного управління розвитком корпорацій	64
2.2.1. Основні поняття предметної сфери дослідження ..	64
2.2.2. Фактори та проблеми формування корпоративної стратегії підприємств	66
2.2.3. Типи стратегії підприємств	69

2.2.4. Сутність стратегічного управління корпорацією .	71
2.2.5. Принципи та процес стратегічного управління корпорацією	74
2.2.6. Підсистема інформаційного забезпечення стратегічного управління	79
2.2.7. Система планів (програм) стратегічного управління.....	81
2.2.8. Організаційні форми реалізації стратегічного управління.....	84
2.3. Особливості корпоративного управління підприємств в Україні	87
Висновки до 2 розділу.....	99
РОЗДІЛ 3. СОЦІАЛЬНО-КОМПЕТЕНТНЕ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКИМИ СИСТЕМАМИ	101
3.1. Основи інноваційного розвитку підприємства через соціально-компетентне корпоративне управління	101
3.2. Характеристика інтрапренерства як способу соціально-компетентного та інноваційного управління підприємством.....	105
3.3. Економічна безпека як ефективна складова соціально-компетентного управління будівельними підприємствами	115
Висновки до 3 розділу.....	123
РОЗДІЛ 4. ФІНАНСОВЕ ТА ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ СИСТЕМ	125
4.1. Механізм фінансування соціальних інновацій.....	125
4.2. Обліково-аналітичне забезпечення оцінювання результативності інноваційного розвитку підприємницьких систем	132
Висновки до 4 розділу.....	144

РОЗДІЛ 5. СУЧАСНІ РЕАЛІЇ ТА ТЕНДЕНЦІЇ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ СИСТЕМ.....	146
5.1. Управління альтернативними джерелами енергії у системі інноваційного розвитку підприємств	146
5.2. Аналізування тенденцій інноваційного розвитку підприємницьких систем на ринку торговельного обладнання	155
5.3. Внутрішні джерела активізації інноваційної діяльності.....	174
5.4. Вплив внутрішніх та зовнішніх факторів на рівень інноваційного розвитку підприємств.....	183
5.5. Сутність та методика оцінювання інноваційного потенціалу підприємства	192
5.6. Оцінювання інноваційних процесів у регіонах України	203
5.7. Формування інтелектуальної складової трудового потенціалу в умовах інноваційного розвитку підприємств	223
Висновки до 5 розділу.....	233
РОЗДІЛ 6. РЕІНЖИНІРИНГ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ СИСТЕМ	237
6.1. Суть та значення реінжинірингу бізнес-процесів підприємницьких систем	237
6.2. Підходи до оцінювання ступеня ризику проектів реінжинірингу технологічних бізнес-процесів приладобудівних підприємств через теорію нечітких множин.....	246
Висновки до 6 розділу.....	264

РОЗДІЛ 7. КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ТА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ СИСТЕМ	266
7.1. Особливості формування корпоративної культури туристичних підприємств.....	266
7.2. Корпоративна культура ТНК (на прикладі ArcelorMittal та ROSHEN).....	284
7.3. Корпоративна соціальна відповідальність страхового бізнесу.....	296
7.4. Роль гендерної інтеграції у корпоративній соціальній відповідальності бізнесу.....	316
Висновки до 7 розділу.....	350
ВИСНОВКИ	353
ДОДАТКИ.....	359
ПРЕДМЕТНИЙ ПОКАЖЧИК	362
ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ.....	364

6. Старостіна А. О. Міжнародні маркетингові дослідження та управління ризиками – важливі чинники підвищення конкурентоспроможності підприємств / А. О. Старостіна, В. А. Кравченко // Теоретичні та прикладні питання економіки. – 2011. – Вип. 26. – С. 14–26.

7. Федорченко А. В. Сучасні виклики розвитку теорії маркетингу і маркетингових досліджень / А. В. Федорченко // Маркетинг інновацій і інновації у маркетингу : збірник тез доповідей ІХ Міжнар. наук.-практ. конференції, м. Суми, 24–25 верес. 2015 р. – Суми : ФОП Ткачов О. О., 2015. – С. 185–187.

5.3. Внутрішні джерела активізації інноваційної діяльності

Сьогодні є загальновизнаним, що саме інноваційний розвиток є економіко формуючим процесом. Він є у всіх розвинутих країнах світу як чинником та наслідок їхнього економічного піднесення. Його ефективність обумовлена змістом відповідних інноваційних напрямів, які задовольняють потреби динамічного розвитку економіки.

Інноваційна діяльність, поряд з інвестиціями та факторами виробництва, належить до основних структурних джерел економічного зростання. Інноваційна діяльність є самостійним видом діяльності підприємства, пов'язаним із управлінням процесами відновлення всіх об'єктів господарювання в ринковій економіці.

Переваги інноваційного фактору в забезпеченні конкурентоспроможності підприємств сьогодні є очевидними. Підприємства, що самостійно здійснюють інноваційною діяльністю, мають перевагу, оскільки вони не залежать від провідних фірм, які під гаслом експорту нових технологій насправді передають морально застарілі розробки.

Інноваційній діяльності передуює процес зародження ідеї, яка потім поступово трансформується в інновацію. Ідея інноваційного продукту виникає при фундаментальних дослідженнях. Генерувати ідею певних інновацій можуть безпосередньо споживачі інноваційної продукції через проведення соціологічних опитувань та виявлення потреб споживачів. Відомо, що приблизно 10% ідей та проведених відповідних фундаментальних досліджень втілюються у реальний інноваційний продукт. Це спричинено низкою факторів.

Отже, одним із чинників, які стримують інноваційну діяльність, є недостатній розвиток комунікативних зв'язків між виробниками, ринком науково-технічної продукції та споживачами інноваційних продуктів.

Відбір інноваційних ідей передбачає визначення потенційного економічного ефекту, який отримає підприємство через упровадження інноваційного продукту у виробництво та його подальшу реалізацію. Саме на цьому етапі значна кількість ідей відсіюється, зважаючи на значний термін окупності, низький або ж відсутній економічний ефект, низку інших чинників.

Серед усіх ресурсів основним є наявність відповідних фінансових ресурсів, оскільки часто відсутність належного фінансування призводить до того, що інноваційні ідеї так і не знаходять практичної реалізації. Усі фінансові ресурси, які підприємство використовує для інноваційної діяльності, поділяють на власні, залучені та позичені.

Для більшості вітчизняних підприємств саме залучені фінансові ресурси є найбільш цікавими й бажаними, зважаючи на відсутність власних коштів та високі відсоткові ставки за позиченими фінансовими ресурсами.

Отже, на цьому етапі суттєвою перешкодою для здійснення інноваційної діяльності підприємств є відсутність необхідного обсягу ресурсів, передусім фінансових. Більшість інвесторів досить негативно сприймають інвестування в інноваційну діяльність, навіть за наявності обґрунтованих планових розрахунків очікуваного економічного ефекту.

У зв'язку із цим, важливим є пошук внутрішніх джерел активізації інноваційної діяльності.

Досить часто, говорячи про інноваційну діяльність, працівники асоціюють її з новими продуктами, товарами. Разом із тим, інновацією є не лише новий продукт, але й [5]:

- впровадження нового методу виробництва;
- освоєння нового ринку збуту;
- отримання нового джерела сировини або напівфабрикатів;
- проведення відповідної реорганізації, наприклад, забезпечення монопольного положення.

Саме тому, вітчизняні підприємства зосереджують увагу на нематеріальній складовій: нових ринках збуту, нових методах продажу, удосконаленні організаційної структури.

До внутрішніх джерел активізації інноваційної діяльності, у першу чергу, відносять належний рівень стратегічного планування

та управління. Р. Каплан та Д. Нортон зазначають, що в 70 % підприємства отримують проблеми, які пов'язані не із поганою стратегією, а із невдалою її реалізацією [12]. Саме тому досить важливим є не лише процес формування, але й управління реалізацією стратегії.

Особливе значення стратегічне управління має для інноваційної діяльності. Це зумовлює формування інноваційної стратегії, яка є частиною загальної стратегії суб'єкта господарювання. Для кожного підприємства необхідним є формування індивідуальної стратегії. Вибір стратегії, у першу чергу, залежатиме від рівня інноваційності продукції, виду інновації, який впроваджує підприємство.

Виділяють підходи до етапів реалізації інноваційної стратегії [4; 7; 8; 11]:

- формування цілей і завдань інноваційної діяльності;
- аналіз внутрішнього та зовнішнього середовища;
- формування інноваційної стратегії підприємства;
- довгострокове інноваційне прогнозування через роудмепінгу;
- визначення необхідного обсягу ресурсів на інноваційну діяльність підприємства;
- контроль за реалізацією інноваційної стратегії та коригування за необхідності;
- визначення впливу інноваційної стратегії на економічний розвиток підприємства.

Загалом вибір інноваційних стратегій здійснюється із урахуванням різних методів, які у загальному вигляді мають вигляд матриць, індексів, діаграм, багатокутників. Основним критерієм вибору стратегій розвитку підприємств є матриці Ансоффа, Бостонської консалтингової групи, Мак Кінсі Дженерал Електрик, СВОТ-аналіз, система збалансованих показників. Разом з тим, найбільшого поширення отримала модель СВОТ-аналізу, перевагами застосування якої є одночасне врахування зовнішніх та внутрішніх чинників розвитку. Крім того, модель дозволяє через дослідження сильних та слабких сторін підприємства з урахуванням впливу зовнішнього середовища визначити стратегічні напрями майбутнього розвитку, а також можливі загрози.

Оскільки інноваційна діяльність є підпорядкованою операційній, важливим є визначення впливу інноваційної стратегії на економічний розвиток підприємства та, за необхідності, коригування певного етапу інноваційної стратегії.

Вітчизняним підприємствам корисно запровадити у свою господарську діяльність цей підхід, оскільки він створює можливості формувати різноманітних напрямів розвитку інноваційної діяльності згідно обставин.

Фінансові менеджери підприємства мають декілька варіантів реалізації інноваційної стратегії – від найбільш оптимістичного до песимістичного та вчасно коригують її реалізацію щодо зовнішніх умов. На сьогодні в Україні частка підприємств, що займаються інноваційною діяльністю є низькою. Проте є частка підприємств, які активно використовують стратегічне інноваційне планування.

Компанії США на сучасному етапі розвитку використовують такий метод планування та прогнозування діяльності як стратегічні карти або ж роудмепінг, який в перекладі з англійської мови означає рух по дорожній карті. Роудмепінг передбачає побудову так званих «дорожніх мап» – маршрутів розвитку компанії в майбутньому за основними сферами діяльності, зокрема такими як: ринок, продукти, технології, конкуренти, сировина тощо [2]. Етапи побудови стратегічної карти відповідають відповідним етапам стратегії і тісно переплетені. Тому їх доцільно інтегрувати в етапи формування інноваційної стратегії для уникнення дублювання дій.

Особливістю і вигодою стратегічної карти є використання основи, яка структурована у часі (і часто графічної) для розробки, подання та передачі стратегічних планів через еволюцію і розвиток технології, продуктів і ринків. Отже, введення дорожньої карти до процесу формування інноваційної стратегії сприятиме підвищенню рівня її гнучкості та здатності більш оперативно реагувати на зміни у зовнішньому та внутрішньому середовищі підприємства.

При цьому, підприємствам недоцільно використовувати метод бенчмаркінгу, який сприяє універсалізації, а не індивідуальності. Такої думки дотримується М. Портер, який зазначає, що чим більше підприємства займаються бенчмаркінгом, тим більш подібними вони стають, а конкуренція перетворюється на змагання

ідентичних способів, і жодне з підприємств не є спроможним перемогти [14].

Формування стратегії та розробка стратегічних карт, системи збалансованих показників визначає необхідний обсяг ресурсів на інноваційну діяльність підприємства. При цьому, підприємство може сформулювати декілька варіантів фінансування інноваційної діяльності щодо варіантів економічного розвитку та виду прогнозованих інновацій.

Не менш важливим є процес контролю за реалізацією інноваційної стратегії та коригування за необхідності.

Серед інновацій для підприємств щодо підвищення прибутковості доречним є використання й таких – як маркетингові. Маркетингові інновації передбачають використання інновацій у маркетингу в процесі створення та розповсюдження товарів. Перше фундаментальне дослідження у цьому напрямі здійснене Теодором Левіттом, який у 1962 р. вивчав можливості зростання та отримання прибутку через маркетингову інновацію [3]. Т. Левітт вказував на недооцінку маркетингових інновацій, наголошував на значенні нових маркетингових методів для розвитку бізнесу і вперше висунув концепцію «marketing R&D» – досліджень і розробок у маркетинговій сфері.

Дослідження більше ніж 700 німецьких компаній показало, що маркетингові та технологічні інновації не тільки є комплементарними, але й у певних випадках можуть замінювати одна одну, тобто розглядаються як субститути [1]. Тому, зважаючи на обмеженість фінансових ресурсів для впровадження технологічних інновацій, одним із перспективних напрямів підвищення рівня рентабельності вітчизняних підприємств є маркетингова інновація.

Досить важливим є використання прибутку задля підвищення рівня інтелектуального капіталу вітчизняних підприємств. Загальновизнаним є той факт, що капітальні вкладення в працівника є такими ж прибутковими, як і інвестиції у будь-який інший чинник виробництва. Під людським капіталом зазвичай розуміється сукупність знань, практичних навичок, творчих здібностей, які сприяють результатам його діяльності [4]. В економічно розвинених

країнах стратегічним фактором економічного розвитку виступають саме інтелектуальні фактори економічного зростання у вигляді інноваційного капіталу, інтелектуального продукту.

Перевагою інтелектуального капіталу є те, що він є ексклюзивним та має високу додану вартість порівняно із іншими ресурсами, які є у розпорядженні підприємства.

Тому менеджменту підприємств варто звернути увагу не лише на рівень освіти працівників, але й їхню креативність та здатність до нестандартного мислення. З цією метою досить корисним є проведення регулярних тренінгів, навчань, стажувань, колективних мозкових штурмів тощо.

Огляд літературних джерел [6; 9; 10; 15; 16] показав, що у західній практиці менеджменту виділяють матеріальні та моральні методи стимулювання інноваційної діяльності прямої та непрямой дії.

Методи прямої дії передусім враховують комерційний результат нововведень, а їхньою основою є частка додаткового прибутку організації від впровадження новації, яка збільшує винагороду працівника.

Методи непрямой дії мають різне призначення. Вони є засобом мінімізації податкового навантаження організації (пільгове придбання акцій, оплата участі в наукових конференціях тощо), підвищують соціальний статус працівника, задовольняють певні моральні потреби тощо.

Методи стимулювання інноваційної діяльності прямої і непрямой дії відрізняються мотиваційним навантаженням:

- методи прямої дії є вагомими стимулами для працівників, які продають інновації;
- методи непрямой дії формують сприятливе для інноваційної діяльності середовище.

Мотивування до інноваційних рішень питань, які перманентно виникають у процесі операційної діяльності, розробки інноваційних продуктів, впровадження інноваційного маркетингу є можливим без залучення значного обсягу фінансових ресурсів за умови ефективного управління та впровадження в діяльність підприємства передових методів керівництва та планування.

Крім того, для збільшення ефективної роботи кадрів та зростання кадрового потенціалу, вітчизняним підприємствам слід використовувати п'ять кроків японської філософії «Кайдзен» – «5 S», які включають 5 ключових елементів [13]:

- Seiri – акуратність;
- Seiton – порядок;
- Seiso – чистота;
- Seiketsu – стандартизація;
- Shitsuke – дисципліна.

Важливою складовою у японській методиці «Кайдзен» є принцип «однієї хвилини», суть якого полягає в тому, що працівник займається певною справою рівно одну хвилину, щодня в один і той же час. Оскільки одна хвилина часу – це зовсім мало, то виконання певної хвилинної щоденної справи є можливим для будь-якого працівника. Поступово цей час збільшується. Використання цього методу сприятиме підвищенню практичних навичок працівників.

Мотивування інноваційних рішень, які перманентно виникають в операційній діяльності, розробці інноваційних продуктів, упровадженні інноваційного маркетингу є можливим без залучення значного обсягу фінансових ресурсів за умови ефективного управління та впровадження в діяльність підприємства передових методів керівництва та планування. При цьому використовують Scrum-метод, перевагами якого є швидкість запуску будь-якого проекту навіть за умов мінімального бюджету та можливість використання продукту, отриманого після закінчення кожного етапу (спринту). На кожному окремому етапі виходить готовий до вживання продукт, який щоразу модернізується. Це дозволяє швидко підлаштовуватись під зміни зовнішнього середовища.

Особливої уваги заслуговує фінансування інноваційних проєктів, спрямованих на енергозбереження. Питання енергозбереження є актуальним як на рівні України, так і за її межами. Загальновизнано, що економіка, яка характеризується неймовірно високим рівнем ресурсо- та енергозатрат своєї продукції, що властиво для України, навіть без впливу інших зовнішніх факторів приречена на поступове вичерпання резервів екстенсивного зростання і подальше збільшення загроз економічної депресії [9].

Загалом енергозбереження на підприємстві впроваджується за різними напрямками:

- використання енергоефективного технологічного обладнання;

- впровадження енергозберігаючих розробок запропонованих за результатами енергоаудиту;

- термомодернізація будівель, споруд, які безпосередньо належать підприємству;

- використання сучасних підходів до генерації тепла, теплопостачання та опалення будівель і споруд, які сприятимуть скороченню витрат на енергетичні ресурси.

Впровадженню цих заходів передують проведення аудиту, метою якого є пошук напрямів неефективного використання ресурсів, напрямів економії ресурсів. При цьому підприємство, впроваджуючи енергозберігаючі технології, використовує як вітчизняні, так і світові розробки, власні і запозичені.

Сучасний стан розвитку НТП уможливорює застосування інновації у сфері використання альтернативних і відновлювальних джерел енергії для потреб малих і великих підприємств. Незважаючи на те, що промислові підприємства є енергоємними, а у виробництві використовуються первинні енергоносії, значна частка допоміжних і технологічних процесів переведена на використання нетрадиційних джерел енергії. Фінансування витрат щодо економії енергетичних ресурсів здійснюється з власних коштів підприємств, державних цільових програм, коштів міжнародних інвесторів.

Отже, через систематизацію підходів виділено внутрішні джерела активізації інноваційної діяльності (рис. 5.7). До них належать: ефективне стратегічне планування, мотивація працівників до інноваційної діяльності, активне впровадження політики енергозбереження. Ефективне мотивування працівників підвищує ефективність інноваційної діяльності, що, у кінцевому підсумку, призводить до підвищення конкурентоспроможності підприємств. Вітчизняним підприємствам слід активно впроваджувати стимулюючі заходи непрямої дії матеріального та нематеріального характеру, використовувати методи японської системи управління.

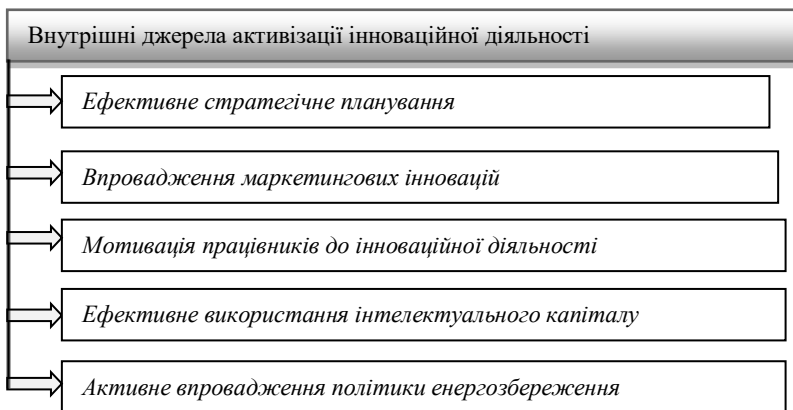


Рис. 5.7. Внутрішні джерела активізації інноваційної діяльності*

* сформовано автором підрозділу за [1–16]

Визначено, що вітчизняні підприємства приділяють важливу увагу такій внутрішній складовій, як стратегічне управління та активна політика енергозбереження.

Список використаних джерел

1. Bhargava, M., & Chatterjee, R., & Grimple, C., & Sofka, W. (2011). Marketing Innovation and R&D Capabilities – More Than One Way to Innovation Success? Retrieved from http://iri.jrc.ec.europa.eu/concord-2011/papers/Bhargava_Mukesh.pdf.
2. Dissel, M. (2010). Value roadmapping. Research Technology Management, 6, 28–30.
3. Levitt, T. (1962). Innovation in Marketing: New Perspectives for Profits and Growth. New York. McGraw Hill.
4. Ofori, D., & Atiogbe, E. (2011). Strategic planning in public universities: a developing country perspective. Business and Management Review, Vol. 1 (7), 68 – 85.
5. Schumpeter, J. A. (2008). The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest and the Business Cycle, translated from the German by Redvers Opie, New Brunswick (U.S.A) and London (U.K.) : Transaction Publishers.
6. Венс Е. Ллон Машк Tesla, SpaceX і шлях у фантастичне майбутнє / Е. Венс. – Київ : ТАО, 2015. – 416 с.
7. Денисенко М. П. Інноваційний розвиток суспільства на основі інтелектуального капіталу / М. П. Денисенко // Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Економіка. – 2013. – Вип. 23. – С. 15–19.

8. Джеджула В. В. Особливості формування інноваційної стратегії вітчизняними підприємствами / І. Ю. Єпіфанова, В. В. Джеджула // Інноваційні, фінансові та технічні аспекти діяльності підприємств : колективна монографія / за заг. ред. Л. М. Савчук, Марія Фіс. – Дніпро : Пороги, 2017. – С. 33–42.
9. Джеджула В. В. Формування мотивації працівників промислових підприємств до впровадження інновацій / І. Ю. Єпіфанова, В. В. Джеджула // Стан та проблеми розвитку національної економіки в умовах перманентних кризових явищ : колективна монографія / за ред. О. О. Непочатенко. – Умань : Видавель «Сочінський», 2015. – С. 199–205.
10. Єлець О. П. Мотивація інноваційної діяльності персоналу / О. П. Єлець // Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. – 2016. – Вип. 2. – С. 78–83.
11. Єпіфанова І. Ю. Формування стратегії розвитку підприємства в сучасних умовах / І. Ю. Єпіфанова, М. Ю. Дзюбка // Вісник ОНУ ім. І. І. Мечнікова. – 2017. – Т. 22. – Вип. 2 (55). – С. 99–103.
12. Каплан Роберт С. Стратегические карты. Трансформация нематериальных активов в материальные результаты / Роберт С. Каплан, Дейвид П. Нортон ; пер. с англ. – Москва : ЗАО «Олимп-Бизнес», 2005. – 512 с.
13. Масаакі І. Кайдзен: Ключ до успіху японських компаній / Імаі Масаакі. – Київ : Альпіна Бізнес Букс. – 2007. – 276 с.
14. Портер Майкл Э. Конкуренция / Э.М. Портер ; пер. с англ. – Москва : Вильямс. – 2005. – 608 с.
15. Фінансове забезпечення інноваційного розвитку України : монографія / [Діба М. І., Юркевич О. М., Майорова Т. В., Власова І. В. та ін.] ; за ред. д.е.н., проф. М. І. Діби і к.е.н., доц. О. М. Юркевич. – Київ : КНЕУ, 2013. – 425 с.
16. Шульц Г. Історія Starbucks. Все почалося з чашки кави.../ Г. Шульц, Д. Гордон. – Київ : Наш формат, 2017. – 408 с

5.4. Вплив внутрішніх та зовнішніх факторів на рівень інноваційного розвитку підприємств

Необхідною умовою ефективного функціонування промислових підприємств є інноваційний розвиток. Через поліпшення виробництва виробничих потужностей, запровадження новітніх технологій, виробництва нових видів продукції та зниження їхньої матеріаломісткості, економічного витрачання всіх видів ресурсів, підготовки персоналу до інноваційних змін, перед вітчизняними підприємствами постало завдання нарощення кількості робочих місць для населення, забезпечення вітчизняних та закордонних споживачів високоякісною продукцією.

Огляд сучасної вітчизняної та зарубіжної економічної літератури дає підстави стверджувати, що сьогодні не розкрита детальна

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ

- Полінкевич** Оксана
Миколаївна
(редактор)
Джеджула В'ячеслав
Васильович
- Ковальська** Любов
Леонідівна
- Кузьмін** Олег
Євгенович
- Лещук** Віктор
Пилипович
Ліпич Любов
Григорівна
- Макара** Оксана
Василівна
- Доктор економічних наук**, професор, професор кафедри економіки, безпеки та інноваційної діяльності Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки, м. Луцьк, Україна
- Доктор економічних наук**, доцент, професор кафедри фінансів та інноваційного менеджменту Вінницького національного технічного університету, м. Вінниця, Україна
- Доктор економічних наук**, професор, завідувач кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності Луцького національного університету, м. Луцьк, Україна
- Доктор економічних наук**, професор, заслужений працівник народної освіти України, академік Української академії наук, академік Академії підприємництва та менеджменту України, академік Транспортної академії України, академік Академії економічних наук України, директор Навчально-наукового інституту економіки і менеджменту Національного університету «Львівська політехніка», м. Львів, Україна
- Доктор економічних наук**, професор, директор Луцької філії Тернопільського національного економічного університету
- Доктор економічних наук**, професор, декан факультету економіки та управління Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки, м. Луцьк, Україна
- Доктор економічних наук**, професор, завідувач кафедри фінансів та кредиту Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки, м. Луцьк, Україна

Миколайчук Наталія Сергіївна	Доктор економічних наук , професор, Директор Центру післядипломної освіти Херсонського національного технічного університету, м. Херсон, Україна
Рудь Надія Терентіївна	Доктор економічних наук , професор, професор кафедри економіки Луцького національного університету, м. Луцьк, Україна
Волинець Ірина Григорівна	Кандидат економічних наук , ст. викладач кафедри економіки, безпеки та інноваційної діяльності Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки, м. Луцьк, Україна
Гвоздь Мар'яна Ярославівна	Кандидат економічних наук , асистент кафедри менеджменту організацій Національного університету «Львівська політехніка», м. Львів, Україна
Грудзевич Юлія Ігорівна	Кандидат економічних наук , ст. викладач кафедри фінансів та кредиту Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки, м. Луцьк, Україна
Єпіфанова Ірина Юріївна	Кандидат економічних наук , доцент, доцент кафедри фінансів та інноваційного менеджменту Вінницького національного технічного університету, м. Вінниця, Україна
Корецький Юрій Михайлович	Кандидат економічних наук , доцент, директор СУАП «Західна Нафтова Група» у формі ТОВ, Україна
Кукурудз Оксана Михайлівна	Кандидат економічних наук , доцент, доцент кафедри фінансів Київського національного торговельно-економічного університету, м. Київ, Україна
Кулинич Мирослава Богданівна	Кандидат економічних наук , доцент, доцент кафедри обліку і аудиту Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки, м. Луцьк, Україна
Курій Лілія Олександрівна	Кандидат економічних наук , науковий співробітник Хмельницького національного університету, м. Хмельницький, Україна

- Мальцева** Вікторія Володимирівна **Кандидат економічних наук**, старший викладач кафедри фінансів, обліку та банківської справи Луганського національного університету ім. Тараса Шевченка, Луганськ, Україна
- Морохова** Валентина Олександрівна **Кандидат економічних наук**, професор, завідувач кафедри маркетингу Луцького національного технічного університету, м. Луцьк, Україна
- Сорочак** Олег Зіновійович **Кандидат технічних наук**, доцент, доцент кафедри менеджменту організацій Національного університету «Львівська політехніка», м. Львів, Україна
- Тринчук** Віктор Вікторович **Кандидат економічних наук**, доцент, завідувач кафедри страхування Інституту післядипломної освіти та бізнесу, м. Київ, Україна
- Харун** Олена Андріївна **Кандидат економічних наук**, доцент, доцент кафедри Міжнародних економічних відносин Хмельницького національного університету, м. Хмельницький, Україна
- Хілуха** Оксана Анатоліївна **Кандидат економічних наук**, доцент, доцент кафедри економіки, безпеки та інноваційної діяльності Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки, м. Луцьк, Україна
- Ющишина** Лариса Олексіївна **Кандидат економічних наук**, доцент, доцент кафедри економіки, безпеки та інноваційної діяльності Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки, м. Луцьк, Україна
- Ховрак** Інна Вікторівна **Кандидат економічних наук**, доцент, доцент кафедри фінансів і кредиту Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського, м. Кременчук, Україна
- Родіонова** Ірина Володимирівна **Кандидат економічних наук**, науковий співробітник Хмельницького національного університету, м. Хмельницький, Україна
- Борзаковська** Людмила Василівна **Аспірантка** кафедри маркетингу Луцького національного технічного університету, м. Луцьк, Україна

Зеленко Оксана Михайлівна	Аспірантка кафедри економіки, безпеки та інноваційної діяльності підприємства Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки, м. Луцьк, Україна
Миколайчук Кирило Миколайович	Аспірант кафедри менеджменту та маркетингу Херсонського національного технічного університету, м. Херсон, Україна
Чешук Віктор Олександрович	Аспірант кафедри економіки, безпеки та інноваційної діяльності підприємства Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки, м. Луцьк, Україна