

Важлива роль у формуванні ефективного мотиваційного механізму на підприємстві належить відділу персоналу, у функції якого входить виявлення окремих мотиваційних чинників та визначення їхнього впливу на діяльність персоналу підприємства, а також проведення мотиваційного моніторингу, який дасть змогу оцінити систему мотивації та її вплив на результати діяльності працівників, підрозділів та підприємства загалом.

Таким чином, мотиваційний механізм на підприємстві являє собою сукупність інструментів та способів впливу на персонал з метою досягнення цілей мотиваційної політики. Мотиваційний механізм повинен враховувати потреби, інтереси працівників, а також існуючу структуру управління персоналом підприємства, та чинники, що впливають на діяльність підприємства.

#### Список використаних джерел:

1. Данилюк О.С. Формування мотиваційного механізму на підприємстві URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2017/06/87.pdf>
2. Захаров, Н. Мотивация «против» стимулирования [Текст]. *Соц. труд.* 1991. № 11. С. 90-97.
3. Причепя І. В., Яворська К. Л. Формування мотиваційного механізму стимулювання персоналу промислових підприємств за сучасних умов господарювання. *Ефективна економіка.* 2019. № 5. URL: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2019.5.57> (дата звернення: 24.12.2019).

Горбачук Світлана, Малосілов Олександр  
Західноукраїнський національний університет  
(науковий керівник: д.е.н., професор, професор кафедри економіки та економічної теорії ЗУНУ Длугопольський О.В.)

## ТЕОРЕТИЧНИЙ ПІДХІД ДО ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Ключовими чинниками, що визначають цілі й засоби досягнення цілей інноваційної стратегії в рамках її реалізації є [1]:

– баланс між продукцією, що випускається, і технологічними можливостями підприємства, що визначає межу варіантності підприємства в умовах зміни зовнішнього навколишнього середовища, а також можливість задоволення потреб споживача з необхідним рівнем якості;

– баланс між фундаментальними і прикладними науковими розробками, що визначає реальні ключові компетенції, які можна здійснити в доступному для огляду майбутньому;

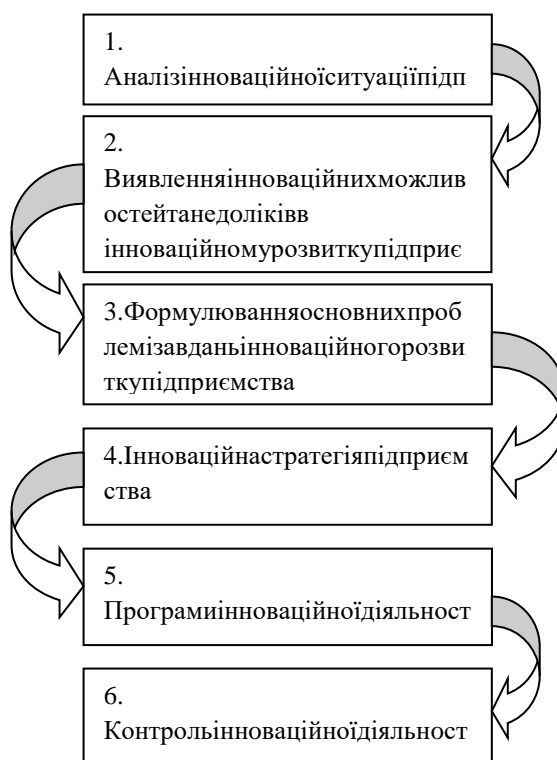
– позиціонування на ринку з урахуванням отримання конкурентних переваг, що дозволяють виробляти конкурентоспроможну продукцію для тих сегментів ринку, які представляють інтерес для вищого керівництва;

– час розробки і виходу на ринок, що забезпечує отримання високого і сталого прибутку.

У своїх дослідженнях Василенко В.О. зазначає, що аналіз інноваційної ситуації, яка склалася на підприємстві, повинен бути вихідним моментом процесу формування інноваційної стратегії підприємства. Він має починатися з короткої характеристики основних цілей і завдань, що стоять перед підприємством в даній сфері діяльності. При цьому особлива увага повинна приділятися аналізу та оцінці ринкового становища підприємства [1].

Дослідник Тульпа І.А. зазначає, що, по-перше, всі фактори направлені на те, щоб інноваційна діяльність забезпечувала інноваційну привабливість та певні конкурентні переваги підприємству на тому чи іншому ринку товарів та послуг і, по-друге, чинники можуть впливати не тільки як окремі «аспекти впливу», а й в певних поєднаннях, що ускладнює процес формування інноваційної стратегії [2; 3].

Етапи формування інноваційної стратегії підприємства пропонуємо на рис. 1.



**Рис.1. Етапи формування інноваційної стратегії підприємства**

На обґрунтування і розробку ефективної інноваційної стратегії впливають багато факторів, які й обумовлюють її вибір. Правильний вибір і врахування

всіх факторів дозволить відобразити в інноваційній стратегії найбільш ефективний засіб досягнення і реалізації цільового інноваційного рівня розвитку підприємства [4]. Основна мета розроблення інноваційної стратегії підприємства полягає у створенні умов, які забезпечують інноваційний саморозвиток підприємства, підвищення ефективності виробництва та конкурентоспроможності в довгостроковій перспективі за рахунок впровадження інновацій.

Завданнями розробки інноваційної стратегії є: обґрунтування пріоритетів і напрямів інноваційного розвитку; організація інноваційних процесів, які забезпечують ефективну взаємодію всіх суб'єктів інноваційної діяльності; оцінка інноваційного потенціалу підприємства; активізація інноваційної діяльності; вибір і реалізація інноваційних проектів, які здійснюють вплив на підвищення конкурентоздатності; розробка сценаріїв інноваційного розвитку; концентрація ресурсів на пріоритетних напрямках інноваційної політики; реалізація інших заходів.

#### **Використані джерела**

1. Василенко В.О. Інноваційний менеджмент: навч. посібник. К.: ЦНЛ, 2005. 440 с.
2. Тульпа І.А. Інноваційна стратегія: навч. посібник. Х.: Студцентр, 2005. 208 с.
3. Тульпа І.А. Формування інноваційних стратегій в умовах технологічних змін. Х.: РВВ ІМБ, 2004. 172 с.
4. Федулова І.В. Обґрунтування напрямів інноваційного розвитку підприємств хлібопекарної галузі: монографія. К.: НУХТ, 2009. 512 с.

Григорчук Оксана

Західноукраїнський національний університет

(науковий керівник: к.е.н., доц., доцент кафедри менеджменту, публічного

управління та персоналу ЗУНУ Попович Т. М.)

### **ОСОБЛИВОСТІ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ТА РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ**

Ефективна публічна управлінська діяльність є важливим чинником розвитку сучасної держави, запорукою суспільного прогресу.

Оцінка ефективності і результативності державного управління як управління складною, багатофункціональною системою, є дуже нетривіальним завданням. Державне управління не має цільової функції, що формалізується, і, як наслідок, інтегрального показника якості. Цілі державного управління, як правило, задаються у вигляді переліку і не згортаються в одну, деталізацією якої можна вважати інші.