

4. Шеханов Ю.Ф. Основные различия между проектом новой версии ISO/DIS 9001:2015 и МС ISO 9001:2008 [Текст] / Шеханов Юрий Федорович // Управление качеством. – 2015. – № 1-2. – С. 29-35.
5. Станкевич І.В. Адаптація систем управління якістю освітніх організацій до контекстних змін нової версії міжнародного стандарту ISO 9001:2015 [Текст] / Станкевич Ірина Володимирівна, Віткін Леонід Михайлович, Глухова Ольга Іванівна // Механізм регулювання економіки. – 2015. – № 2. – С. 103-114.
6. Заплотинський Б.А. Основи побудови систем менеджменту якості [Електронний ресурс] / Заплотинський Борис Андрійович, Тупкало Віталій Миколайович. – К.: ДУТ, 2015. – 150 с. – Режим доступу: www.dut.edu.ua/ru/lib/1/category/734
7. Система менеджмента качества Самарского государственного технического университета [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://smk.samgtu.ru/node/20>

Тупкало В., Заплотинський Б. Совершенствование качества обучения в высших учебных заведениях на основе учета требований новой версии стандарта ISO 9001: 2015. Изложена сущность и особенности совершенствования системы менеджмента качества обучения в высших учебных заведениях на основе требований новой версии международного стандарта ISO 9001:2015. Сформулированы авторские предложения по разработке и внедрению СМК в ВУЗе.

Tupkalo V., Zaplotinsky B. Improving the quality of teaching in higher education by taking into account the requirements of the new version of ISO 9001: 2015. Presented the essence and features to enhance the teaching quality management system in higher educational institutions on the basis of the requirements of the new version of ISO 9001:2015. The author formulated proposals for the development and implementation of QMS in higher education.

УДК. 137.339

Гудзь О.Є., д.е.н., проф.;
Байрамов С., аспірант,
Державний університет телекомунікацій

ІННОВАЦІЙНА ПЛАТФОРМА РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ТК

У статті узагальнено й охарактеризовано сучасні концепції розвитку телекомунікаційних підприємств на інноваційній платформі, запропоновано авторський підхід та окреслено можливості досягнення успішного інноваційного розвитку кожним телекомунікаційним підприємством. Наголошено, що кожне телекомунікаційне підприємство унікальне, тому і формування його портфеля інноваційних стратегій також оригінальне, бо залежить від позиції підприємства на ринку, його потенціалу, динаміки розвитку, поведінки конкурентів, характеристик економічного простору, соціального середовища і багатьох інших чинників. Вибір ефективних стратегічних напрямів активізації інноваційних процесів телекомунікаційних підприємств стає основою їх успіху, прибутковості та конкурентоспроможності. Тільки правильно відфільтровані стратегічні напрями щодо невпинного інноваційного просування вперед дають шанс не тільки утримати, але і поліпшити позиції телекомунікаційного підприємства.

Постановка проблеми. Інноваційні перетворення, в результаті яких ростуть невизначеність і ризик, водночас розширюють багатоваріантність підходів до розвитку телекомунікаційних підприємств. У світі формується новий тип підприємництва, який ґрунтується на знаннях та інформації й орієнтується на активізацію інноваційних процесів

через формування і реалізацію ефективних інноваційних стратегій. У змаганнях між підприємствами ТК перемагає той, хто зумів адаптувати свої стратегічні напрями активізації інноваційних процесів до розвитку та особливостей економічного простору, досягнув успіхів у комерціалізації ІКТ інновацій. „Щоб втримати конкурентоспроможну позицію, все більше підприємств розробляють нові бізнес-моделі, підкріплюючи свої нововведення стратегічним інструментарієм” [6, с. 2].

Для телекомунікаційних підприємств інновації й інноваційний розвиток є рушійною силою, яка здатна забезпечити їх економічну незалежність і подолання розриву з розвинутими державами на основі принципу „обганяти не доганяючи”. Тобто, не крокуючи буквально шляхом, який інші вже пройшли, завоювавши при цьому міцні позиції на світовому ринку, а йти, безсумнівно, у руслі світового розвитку, але своїм шляхом, вишукуючи і реалізуючи свої потенційні переваги та займаючи провідні позиції в телекомунікаційній індустрії.

Нині один з основних недоліків в розвитку інноваційної сфери телекомунікаційних підприємств полягає у відсутності ефективних підходів та стратегій управління інноваційними процесами, які б відповідали національним особливостям і забезпечувала ефективний розвиток їх інноваційного потенціалу. Тобто для ефективної реалізації своїх можливостей телекомунікаційні підприємства повинні переходити від поодинокого освоєння нововведень до комплексного розвитку на інноваційній платформі [1].

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблеми, пов’язані з активізацією інноваційних процесів підприємств ТК розглядалися вітчизняними й зарубіжними науковцями. З проміж їх праць слід вип’ятити дослідження Й. Шумпетера, К. Оппенлендера, П. Друкера, Н. Кондрат’єва, Б. Санто, О. Виноградової, О. Гусевої, Б. Данилишина, В. Дергачової, С. Ілляшенка, П. Перерви, Н. Прокопенко, П. Стецюка, В. Тупкало, Л. Федулової, О. Ястремської та інших, однак питання щодо напрямів подальшого прискореного розвитку телекомунікаційних підприємств на інноваційній платформі залишаються об’єктом жвавих наукових дискусій, що означає простір для подальшого розгортання наукових пошуків.

Метою статті є узагальнення й характеристика сучасних концепцій розвитку телекомунікаційних підприємств на інноваційній платформі, розробка авторського підходу та окреслення можливості досягнення успішного інноваційного розвитку кожним телекомунікаційним підприємством.

Виклад основного матеріалу. Провайдинг інновацій – невід’ємна складова діяльності сучасного телекомунікаційного підприємства, що охоплює планування, організацію та стимулювання інноваційної діяльності, реалізацію інноваційних проєктів, розрахованих на отримання конкурентних переваг і зміцнення його ринкових позицій. Розвиток інноваційних процесів телекомунікаційних підприємств в Україні визначається загальним станом національної економіки, яка останніми роками зазнала глибоких системних потрясінь, що радикально змінило економічну структуру суспільства, а отже, і пріоритети стратегічного управління країною.

У 2014 році національна економіка потрапила у „ідеальний шторм”. Практично одночасно поглиблено матеріалізувалися кілька гострих викликів: революційна зміна влади, окупація частини території і антитерористична операція на сході країни, де вже неможливо вести бізнесову діяльність (близько 25% бізнесу); девальвація гривні (більше 300%), інфляція (понад 25%); „втеча” з банків близько 30% депозитів і загальне погіршення ділової активності підприємств; високий рівень безробіття і зниження доходів українців; погіршення криміногенної ситуації, зростання соціальної напруги; за рік державний борг зріс до 90% ВВП, а дохідна частина бюджету в доларовому еквіваленті впала вдвічі; за доходом на душу населення ми „звалилися” на 105 місце у світі. До цього невтішного переліку додамо, що рівень тіньової економіки складає 52%, корупції – 14% ВВП, енергоємність у 5 разів вище ніж у розвинених країнах.

За даними агенції Bloomberg, Україна увійшла до п'ятірки найбільш „нешасних” економік світу, поступившись Венесуелі, Аргентині, ПАР. Інвестори в цій ситуації голосують найбільш наочним способом – ногами, згортаючи виробництво і виводячи представництва з України. Нині підприємства України характеризуються технологічною відсталістю: 82 місце за індексом конкурентоспроможного зростання. 83 місце з 99 країн за індексом технологічного розвитку 52 місце з 134 – у сфері формування факторів інноваційного розвитку 65 – за оснащеністю сучасними технологіями.

Високі місця у світових рейтингах займають країни, підприємства яких впроваджують ІТ інновації: Фінляндія, Велика Британія, Нідерланди, Сінгапур, Японія, США, Південна Корея, Ірландія [2, с. 246]. ІТ інновації мають здатність швидко змінювати цілі сектори економіки та приносити величезні економічні, соціальні та фінансові зиски країнам, які створюють для них сприятливе середовище.

Ефект інформаційно-телекомунікаційних технологій проявляється через: прискорення підвищення рівня продуктивності виробництва, забезпечення збільшення обсягів виробництва, активізацію структурних зрушень, підвищення статусу та конкурентоспроможності суб'єктів господарювання.

Якісні зміни в системі освіти і науки України демонструють негативні тренди. Нині, враховуючи коливання курсу гривні, фінансування досліджень в Україні у 15-20 разів менше, ніж в середньому в ЄС. Середній кошторис однієї НДР у 2013 році склав 233 тис. грн. (що менше, ніж, річна стипендія одного німецького аспіранта). Частка загального обсягу фінансування НДР у ВВП становила 0,77%, у т. ч. за рахунок коштів державного бюджету лише 0,33%. Бюджетне фінансування науки опустилося до позначки, нижче 0,25% ВВП, що є показником слаборозвинених країн Африки (для країн ЄС – 3%).

Початкова межа інноваційної моделі світової економіки визначається на рівні 40% інновативності. Інновації впроваджували не більше 12 % українських підприємств. У країнах Великої сімки – 70-80 % [5, с. 22].

Гальмуючими чинниками інноваційного розвитку вітчизняних підприємств ТК можна вважати: виключення з числа основних двигунів економіки передової освіти, науки та інновацій; косметичне реформування національної науки і освіти; незбалансованість структури та обсягів державного замовлення на підготовку кадрів з потребами ринку праці; слабкий захист інтелектуальної власності; між патентом і впровадженням в Україні існує величезний розрив; відсутні механізми стимулювання комерціалізації винаходів (в Україні чиниться спротив інноваціям через податкову систему, суперечливе законодавство, рейдерство); мало іноземних інвесторів високотехнологічного бізнесу.

Слухаючи наших урядовців створюється враження, що всі очікування на порятунок від економічного колапсу країни Кабінет Міністрів пов'язує з фінансовою допомогою ззовні (зовнішні запозичення зросли більш ніж у 17 разів, наближаючись зараз до критичних значень). У списку цілей і пріоритетних завдань уряду не значиться розвиток інноваційної сфери та її наукового потенціалу.

Україні потрібна нова матриця інноваційного розвитку економіки. Згідно з нею, Україна зможе побудувати свою економіку на нових, високотехнологічних галузях. Метою нової матриці інноваційного розвитку має бути збільшення частки експорту та ВВП за рахунок інновацій.

Згадаймо Ізраїль, молода держава в умовах безперервної затяжної війни створила передову економіку. У нас є все, що було у них, плюс природні багатства, яких у них не було. Японія – порівняно невелика, бідна на природні ресурси країна, яка зазнала поразки у Другій світовій війні з великими втратами, проте вважається передовим виробником сучасної електроніки і робототехніки.

Цікаво, що цілий ряд країн, які мають значно менший інноваційний потенціал ніж Україна, розвиваються набагато швидше. Зокрема, Сінгапур і Гонконг займають значні сегменти на ринку електронної техніки. Сінгапур – держава з населенням в 4млн чоловік і територією не більше Києва – експортує продукції на 110 млрд дол. на рік, що значно

більше Росії – найбільшій по території державі світу з населенням близько 150 млн чоловік. Варто відзначити, що сьогодні у світі понад 90% щорічного приросту продукту забезпечується наукомісткими технологіями.

Досвід розвинених країн свідчить, що прибутковість наукомістких технологій потенційно може перевищувати прибутковість нових родовищ нафти, газу, руди, золота. Якщо цивілізована торгівля дає 4-6% доходу від обороту, прибуткове виробництво – 10-30%, то вкладання грошей у створення новітніх технологій множить гроші в десятки і сотні разів.

Необхідність формування стратегічних напрямів активізації інноваційних процесів генерується, переважно, при раптових неочікуваних викликах та змінах зовнішнього середовища телекомунікаційного підприємства.

До таких викликів та змін слід віднести: насичення ринку і зниження споживчого попиту; радикальні нововведення в техніці і технології виробництва; диверсифікованість виробництва, і як наслідок – розширення ринкового асортименту нововведень; поява на ринку принципових нововведень; загроза від конкурентів.

Необхідність формування стратегічних напрямів активізації інноваційних процесів виникає і коли зростають вимоги з боку суспільства через, наприклад, різкі соціально-політичні зміни, що змушує телекомунікаційні підприємства різко змінювати свої траєкторії розвитку та орієнтири діяльності. В умовах гострої конкуренції й мінливості ситуації на ринку „дуже важливо не тільки зосереджувати увагу на внутрішньому стані справ підприємства, але й виробляти довгострокову стратегію” [4].

Основний зміст сучасних стратегій управління інноваційним розвитком телекомунікаційних підприємств полягає в тому, що при ухваленні стратегічних рішень підприємство, разом з внутрішніми чинниками розвитку повинно враховувати ринкову кон'юнктуру та інноваційні процеси, тобто не лише моделювати власну поведінку в поточних умовах зовнішнього оточення, а і повністю охоплювати управління внутрішніми процесами. „Майбутнє неможливо передбачити. Стратегічний підхід від повсякденної діяльності відрізняється прагненням досягти поставлених цілей та далекоглядністю, підпорядкуванням поставленої мети ідеалу саморозвитку, підбором найбільш оптимальних сценаріїв і умінням переходити від одного сценарію розвитку до наступного в найбільш сприятливий момент” [1].

Для підприємств ТК проблема визначення стратегій інноваційного розвитку зосереджена в тому, що майбутня конкурентоспроможність та успішність не визначається існуючими умовами та регламентами. Так, Hewlett-Packard отримує більшу частку прибутку на товарах, яких рік назад ще навіть не випускали. Microsoft: Windows 10 були запущені по всьому світу за один день. ІТ-гуру Кевін Келлі влучно відмітив: „Нині, багатство генерується за допомогою інновацій”. Інновації – це не просто питання технологій.

Досить часто говорять, що для ефективної інноваційної діяльності потрібні лише значні капіталовкладення. Проте це не зовсім так. Стів Джобс колись сказав: „Інновації не мають ніякого відношення до того, скільки грошей на науково-технічні проекти у вас є. У той час, коли „Apple” розробила комп'ютер Mac, ІВМ витратила на науково-технічні проекти принаймні в 100 разів більше. Так що це не залежить від грошей. Це залежить від тих людей, які у вас є, від того, куди вони вас ведуть, і як багато в результаті ви отримуєте”.

„Впровадження нововведень у систему управління виробничою діяльністю підприємств у сучасній економіці потребує розробки нової теоретичної бази за рахунок удосконалення бізнес-процесів й активного інноваційного розвитку”[3]. Адже саме інновація є результатом усунення існуючих проблем, а отже, засобом досягнення стратегічних завдань телекомунікаційних підприємств. Інноваційна стратегія дає змогу конкретно виділити цілі, методи, засоби впровадження і сферу застосування будь-яких інновацій на телекомунікаційному підприємстві, а також провести оцінку його реальних та потенційних інноваційних можливостей з урахуванням сучасного стану і прогнозованої динаміки економічного розвитку. Стратегічне управління характеризується великою тематичною різноманітністю та наявністю різних поглядів на процес побудови стратегії, оскільки немає

єдиного „ідеального” підходу. Під час формування бізнес-стратегії, керівництво телекомунікаційних підприємств передусім звертає увагу на такі чинники, як джерела майбутніх прибутків, постійно зростаюча невизначеність бізнес-середовища та інтенсивність конкуренції, популяризація інформаційних та телекомунікаційних технологій, вимоги суспільства.

Вчені зробили висновок, щоб успішно конкурувати за майбутнє, керівники повинні розуміти, як конкуренція за майбутнє, відрізняється від конкуренції за існуючі ринки. Цікавим підходом вважаємо стратегічне управління для телекомунікаційних підприємств, що адаптуються – FutureStep [7]. FutureStep – це новий процес стратегічного управління, який допомагає підприємствам, особливо потужним багатонаціональним корпораціям, що адаптуються, сформувати такі характеристики, як гнучкість і швидке реагування, що стає невід’ємною частиною кожного аспекту їх функціонування. Цей підхід до стратегії управління інноваційним розвитком телекомунікаційних підприємств є модульним інструментом. Його елементи можуть бути використані як інструкція по стратегічному ухваленню рішень. Основний акцент ставиться на тому, що підприємство може зробити сьогодні, аби збільшити свою здатність до адекватних дій і стійкого розвитку в майбутньому.

Стратегічне управління характеризується великою тематичною різноманітністю та наявністю різних поглядів на процес побудови стратегії, оскільки немає єдиного „ідеального” підходу. Під час формування бізнес-стратегії, керівництво телекомунікаційних підприємств передусім звертає увагу на такі чинники, як джерела майбутніх прибутків, постійно зростаюча невизначеність бізнес-середовища та інтенсивність конкуренції, популяризація інформаційних та телекомунікаційних технологій, вимоги суспільства.

Конкурентна перевага телекомунікаційних підприємств генерується на підґрунті їх спроможності сформувати і використовувати потрібну комбінацію ресурсів. Стійка конкурентна перевага досягається шляхом постійного розвитку існуючих ресурсів і здатностей і створення нових у відповідь на швидкі зміни ситуації на ринках. Замість того щоб заздалегідь планувати всі майбутні кроки, краще розбивати їх на мікстратегії. Це дозволить телекомунікаційних підприємств вчитися і коригувати свої дії у процесі досягнення глобальної мети.

Щоб регулярно створювати успішні інноваційні продукти, необхідно зрозуміти, які потреби клієнтів поки не задовольняються, і вивчити пропозиції, які виявилися вдалими в минулому. Телекомунікаційні підприємства не зможуть досягти успіху у майбутньому без інновацій. Водночас, інноваційність стосується будь-якого аспекту діяльності телекомунікаційного підприємства – інновації в адміністративній сфері, маркетингові та фінансові інновації, інновації дизайну тощо.

Тому, прагнучи забезпечити інноваційність на всіх рівнях, необхідно переглянути усі аспекти діяльності телекомунікаційного підприємства. Інноваційною платформою телекомунікаційних підприємств мають бути стратегічні управлінські рішення, які: орієнтовані на майбутнє і на постійні зміни середовища; пов’язані із залученням значних матеріальних ресурсів, широким використанням інтелектуального потенціалу; характеризуються гнучкістю, здатністю адаптуватися до змін ринкових умов; враховують неконтрольовані зовнішні чинники.

Серед стратегічних напрямів активізації інноваційних процесів телекомунікаційних підприємств повинні бути: стратегії, що спрямовані на одержання нових продуктів, технологій і послуг; застосування нових методів НДДКР, виробництва, маркетингу й управління; перехід до нових організаційних структур; застосування нових видів ресурсів і нових підходів до використання традиційних ресурсів.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Підсумовуючи доходимо висновку, що загальними підходами та стратегіями щодо управління інноваційним розвитком телекомунікаційних підприємств можна вважати, що у майбутньому успішно конкурувати зможуть лише ті телекомунікаційні підприємства які надаватимуть клієнтам

унікальний доступний товар, або самі формуватимуть ринки за рахунок впровадження інноваційних товарів та послуг.

Отже, драйверами національної економіки може і повинна стати модернізована ІТ-галузь. На нашу думку, необхідні наступні кроки:

заснувати дієву державну політику, спрямовану на пріоритетний науково-технологічний розвиток;

здійснити комплекс заходів, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності національної науки і освіти;

завершити формування єдиного інноваційного поля; впровадити інформаційно-телекомунікаційні технології (ІКТ) у всі сфери життєдіяльності суспільства і держави;

запровадити державну підтримку нових „електронних” секторів (торгівля, надання фінансових і банківських послуг);

використовувати ІКТ для удосконалення державного управління;

впроваджувати механізми надання органами державної влади і органами місцевого самоврядування юридичним і фізичним особам інформаційних послуг з використанням мережі Інтернет;

підтримувати розширення електронних інформаційних ресурсів, які повинні використовуватися в інформаційному обміні.

Формування стратегічних напрямів активізації інноваційних процесів телекомунікаційних підприємств не може відбуватися ідентично для усіх підприємств. Кожне телекомунікаційне підприємство унікальне, тому і формування його портфеля інноваційних стратегій також оригінальне, бо залежить від позиції підприємства на ринку, його потенціалу, динаміки розвитку, поведінки конкурентів, характеристик економічного простору, соціального середовища і багатьох інших чинників.

Окрім того, телекомунікаційні підприємства повинні мати гнучку організаційну структуру та спроможність до швидкої адаптації щодо неочікуваних змін зовнішнього середовища. І варто готуватись до того, що конкурентна боротьба зміститься у мережу Internet. Звичайно залишаться і традиційні ринки, але важливим джерелом прибутку будуть продажі через нові канали збуту. Тільки за умови гармонійної інтеграції до мережі Internet та постійного контакту із клієнтами, можна буде стати лідером на ринку, оскільки інформаційно-телекомунікаційні технології матимуть визначальну роль.

Вибір ефективних стратегічних напрямів активізації інноваційних процесів телекомунікаційних підприємств стає основою їх успіху, прибутковості та конкурентоспроможності. Тільки правильно відфільтровані стратегічні напрями щодо невпинного інноваційного просування вперед дають шанс не тільки утримати, але і поліпшити позиції телекомунікаційного підприємства. „Важкі часи дають вам сміливість мислити про неймовірне”, – стверджував президент Intel Енді Гроув. Неймовірне раніше стає нині можливим. Теорія хаосу проголошує, що іноді мінімального впливу достатньо для надсильного ефекту. Якщо ми це зробимо, то результат буде просто таки дивовижним. Сьогодні світ знаходиться на межі нової технологічної революції. І Україна повинна бути в її авангарді.

Список використаних джерел

1. Гудзь О.Є. Гармонізація механізму стратегічного управління інноваційним розвитком підприємства [Електронний ресурс] // *Глобальні та національні проблеми економіки*. – 2015. – № 3. – Режим доступу: <http://global-national.in.ua/>. – С. 26-32.
2. Івченко В. Становлення та розвиток національної інноваційної системи України як передумови побудови конкурентоспроможної економіки держави / В. Івченко // *Стратегія розвитку України*. – 2007. – № 1/2. – С. 246-252.
3. *Маркетинг і менеджмент інноваційного розвитку: монографія* / За заг. ред. д.е.н., проф. С.М. Ілляшенка. – Суми: ВТД "Університетська книга", 2006. – 728 с.

4. *Управління сучасним готельним комплексом: Навч. посіб. / під ред. члена-кор. НАН України, д.е.н., проф. Дорогунцова С.І. – К.: Ліра-К, 2005. – 520 с.*
5. *Шнирко О. Інноваційне становище України: Проблеми та перспективи / О. Шнирко // Вісник Національного банку України. – 2008. – № 2. – С. 22–24.*
6. *Jay L. Abraham MetaMorphic Innovation: a Power Tool for Breakthrough Performance [Електронний ресурс] / Jay L. Abraham, Daniel J. Knight // Strategy & Leadership. – 2000 – V. 28 – Режим доступу: http://www.ergen.gr/files/Metamorphic_Innovation.pdf*
7. *Wood Robin. Managing complexity / Robin Wood. – Economist in association with Profile Books, London: 2000. – 310 p.*

Гудзь Е., Байрамов С. Інноваційна платформа розвитку підприємств ТК. В статті обобщені і охарактеризовані сучасні концепції розвитку телекомунікаційних підприємств на інноваційній платформі, запропоновано авторський підхід і визначено можливості досягнення успішного інноваційного розвитку кожним телекомунікаційним підприємством. Зазначено, що кожне телекомунікаційне підприємство є унікальним, тому і формування його портфеля інноваційних стратегій також оригінальне і залежить від позиції підприємства на ринку, його потенціала, динаміки розвитку, поведінки конкурентів, характеристик економічного простору, соціальної середовища і багатьох інших факторів. Вибір ефективних стратегічних напрямків активізації інноваційних процесів телекомунікаційних підприємств стає основою їх успіху, рентабельності і конкурентоспроможності. Тільки правильно відфільтровані стратегічні напрями стосовно неперервного інноваційного просування вперед дають шанс не тільки утримати, але й покращити позиції телекомунікаційного підприємства.

Gudz O., Bayramov S. Development Enterprises TC on the Innovative Platform. The article summarized and characterized the modern concepts of telecommunications enterprises on the innovation platform, proposed authorial approach and outlines the possibility of achieving a successful development innovation for every telecommunications enterprise. Emphasized that every telecom company is unique, so the formation of its innovative portfolio strategies as original, because depending on the position on the market, its potential development dynamics, behavior of competitors, the characteristics of economic space, social environment and many other factors. The choice of effective strategic directions of activation of innovative processes telecommunications companies is the basis of success, profitability and competitiveness. Only properly filtered strategic directions on relentless innovation forward given the chance not only to retain, but also improve the position of telecom companies.

УДК 331.101:65.001

Князєва О.А., д.е.н., проф.;
Булат А.Б., аспірант,
Одеська національна академія зв'язку ім. О.С. Попова

РОЗВИТОК ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ ЯК ЧИННИК ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Наведено особливості розвитку людського капіталу в умовах функціонування сучасної економіки. Обґрунтовано необхідність формування відповідного мотиваційного середовища для розвитку людського капіталу як чинника підвищення ефективності діяльності підприємства. Запропоновано підходи до проведення мотиваційного моніторингу із урахуванням емоційного інтелекту працівників.