

виживання підприємства в довгостроковій перспективі є майже неможливим [1, с. 27].

Список використаних джерел:

1. Мокіна, Ю. В. Проблеми стратегічного менеджменту великого та середнього бізнесу в Україні / Ю. В. Мокіна, О. М. Кавуненко // Вісник Вінницького політехнічного інституту. 2013. № 3. С. 22–27.
2. Маркович, І. Теоретичне дослідження ролі планування в стратегічному управлінні підприємством / І. Маркович // Соціально-економічні проблеми і держава. 2012. Вип. 2 (7). С. 125–131.
3. Баюра Д. О. Теоретичні аспекти розвитку стратегічного планування на підприємствах в умовах ринкової нестабільності / Д. О. Баюра, В. В. Петрук // Наукові праці НДФІ. 2014. Вип. 2 (67). С. 153–158.

ПОНЯТТЄВО-КАТЕГОРІАЛЬНИЙ АПАРАТ СТРАТЕГІЙ РОЗВИТКУ ІНФОРМАЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВІ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ

Бугайчук О. В.,

*аспірантка кафедри менеджменту
організацій та управління проєктами
Запорізький національний університет
м. Запоріжжя*

Актуальність дослідження поняттєво-категоріального апарату інформаційно-інноваційної діяльності на підприємствах в умовах цифровізації не викликає сумнівів, так як, перш ніж створювати парадигму стратегічного управління промисловими підприємствами в умовах глобалізації, слід визначитися з поняттями. Інформаційно-інноваційна діяльність підприємства в умовах цифровізації відіграє велику роль у зв'язку з тим, що підприємства повинні підтримувати нові традиції поширення інновацій та інформації – це застосування дифузії інновацій, нових комунікаційних технологій, як-от

Інтернету, розширення інновацій у контексті мережевого управління та спілкування, поширення інновацій шляхом застосування таких понять, як критична маса, дифузія інновацій, діджиталізація [1, с. 80].

Стратегії розвитку інформаційно-інноваційної діяльності на підприємстві в умовах цифровізації - це, по суті, соціально-економічний і технологічний процес, що проявляється у процесі соціального конструювання. Способи пришвидшення темпів упровадження нових стратегій розвитку інформаційно-інноваційної діяльності на підприємствах в умовах цифровізації - це спільна проблема керівників організацій, керівників-лідерів, індивідів. Для багатьох підприємств епохи діджиталізації характерним напрямом стратегії є дифузія інновацій як новий сучасний напрямок розповсюдження інновацій, в основі яких високий індекс інноваційності.

Удосконалення змісту поняттєво-категоріального апарату інформаційно-інноваційної діяльності на підприємствах пов'язане з упровадженням нових (проривних) технологій, що свідчать про модернізаційні процеси, які відбуваються на багатьох підприємствах і сприяють забезпеченню найбільш високого рівня конкурентоспроможності. Розвиток високих (проривних) технологій відбувається в усіх сферах - науці, освіті, менеджменті, удосконаленні транспортної і телекомунікаційної систем, підвищення кваліфікації праці, удосконалення інвестиційного клімату. Підприємства, які вкладають капітал, інвестиції у нові розробки, визнаються пріоритетними. Упровадження інформаційно-інноваційної діяльності на підприємствах свідчить, що вона радикально змінила економічну культуру, соціум, саму людину. Інформатизація, комп'ютеризація, що проникла на підприємства, представляють собою сукупність знань, досвіду, інтелектуального, людського і соціального капіталу, які використовуються при розробках, створенні нових продуктів (послуг). Високотехнологічні галузі виробництва стали ідентифікуватися за рахунок надвисокої ефективності, постільки оволодіння технологіями - найочевидніша причина сукупного багатства підприємств.

Поняттєво-категоріальний апарат інформаційно-інноваційної діяльності на підприємствах в умовах цифровізації включає: 1) наукоємність (високе

співвідношення наукових професійних працівників до загального числа співробітників підприємства); 2) великий відсоток витрат на наукові дослідження у порівнянні із загальним витратами на підприємства, використовуючи їх як інновації; 3) максимальна просунутість і доступність при випуску високоякісної конкурентоспроможної продукції; 4) фундаментальні розробки на рівні приватних фірм; 5) високий рівень ризику.

Для адекватного виявлення стратегій розвитку інформаційно-інноваційної діяльності на підприємстві в умовах цифровізації слід створити концептуальну модель інновацій, яку слід поєднати у співвідношенні з такими концептами, як методологія, технологія, інновації, наука, технологізація, комерціалізації, комп'ютеризація, діджиталізація, підтримка ІТ-технологій, ІТ-інфраструктури, без чого не відбудеться підвищення рівня інновацій [2, с. 89].

Керівники повинні виробляти свої стратегії розвитку інформаційно-інноваційної діяльності на підприємствах в умовах цифровізації, щоб протистояти викликам, нестабільності, асиметричності інформації, загрозам втрати робочих місць, міграції населення в інші країни. Одним з поширених уявлень є те припущення, що автоматизація становить загрозу головним чином для робітників із низьким рівнем освіченості та низькою кваліфікацією. Цифрові технології сприяють мобільності виробництва, дозволяючи вести вигідний бізнес без зайвих витрат; мережеві платформи можуть стати новою, ефективнішою формою корпоративної організації, що перевершує й витісняє попередні. Найбільш прогресивними смарт-технологіями є штучний інтелект, задіяний у багатьох алгоритмічних системах. Компанії нового покоління Uber чи Luft можна вважати мережевими платформами, які надають послуги у реальному часі.

Таким чином, важливо упроваджувати цифровий менеджмент, цифрову економіку, цифровий маркетинг, щоб удосконалити розвиток інформаційно-інноваційної діяльності на підприємствах в умовах цифровізації [3, с. 95].

Слід розвивати інноваційні процеси на підприємствах та організаціях, впроваджуючи інтерактивні інновації, інформаційно-інноваційну інфраструктуру підприємства, сприяти дифузії інновацій. Велику роль при

цьому відіграють етапи процесу дифузії інновації, роль агентів змін та критичної маси, здатної втілювати інновації на підприємстві в умовах діджиталізації.

Список використаних джерел:

1. Buhaichuk, O. Strategies of information and innovation activity development at enterprise in digital conditions / O. Buhaichuk // *Humanities Studies*. 2019. 1 (78). P. 75–84.
2. System analysis of the economy of sustainable development as environmentally balanced and socially oriented one / V. Voronkova, N. Metelenko, V. Nikitenko, I. Silina // *Humanities Studies*. 2019. 1 (78). P. 86–97.
3. Цифрова культура (фінтех) як чинник підвищення ефективності економіки та бізнесу в умовах технологічної революції 4.0 / А. Череп [та ін.] // *Eastern European Conference of Management and Economics : Proceedings of the 1st International Scientific Conference (EESME 2019) (Ljubljana, May 24, 2019 y.)*. Ljubljana, 2019. P. 93–96.

МІСЦЕ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ У ПАРАДИГМІ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ СУЧАСНОЮ БІЗНЕС- ОРГАНІЗАЦІЄЮ

Бутенко Н. Ю.,
*канд. екон. наук,
доцент кафедри менеджменту
ДВНЗ «Київський національний
економічний університет
імені Вадима Гетьмана»
м. Київ*

Корпоративна культура - це сукупність пануючих в організації ціннісних уявлень, норм і зразків поведінки, що визначають зміст і модель діяльності