

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ

СТОКАЗ ЯНА МИКОЛАЇВНА



УДК 005.21:005.94: 334.716 (043.3)

**ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЧНИХ ЗНАНЬ
ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА**

Спеціальність 08.00.04 – економіка та управління підприємствами
(за видами економічної діяльності)

АВТОРЕФЕРАТ
дисертації на здобуття наукового ступеня
кандидата економічних наук

Харків – 2018

Дисертацією є рукопис.

Робота виконана в Харківському національному економічному університеті імені Семена Кузнеця, Міністерство освіти і науки України.

Науковий керівник – доктор економічних наук, професор
Отенко Василь Іванович,
Харківський національний економічний університет
імені Семена Кузнеця,
професор кафедри менеджменту та бізнесу.

Офіційні опоненти: доктор економічних наук, професор
Шимановська-Діанич Людмила Михайлівна,
ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет
економіки і торгівлі»,
завідувач кафедри менеджменту;

кандидат економічних наук, доцент
Гребешкова Олена Миколаївна,
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»,
доцент кафедри стратегії підприємства.

Захист відбудеться 31 січня 2019 р. о 13-00 годині на засіданні спеціалізованої вченої ради, шифр Д 64.055.01, у Харківському національному економічному університеті імені Семена Кузнеця за адресою: 61166, м. Харків, пров. Інженерний 1-А.

З дисертацією можна ознайомитись у бібліотеці Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця за адресою: 61166, м. Харків, пров. Інженерний 1-А.

Автореферат розісланий 27 грудня 2018 р.

Учений секретар
спеціалізованої вченої ради

О. В. Лебідь

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. В умовах динамічності змін та ускладнення економічного середовища одним з факторів, що створює конкурентну перевагу, забезпечує успішність діяльності на ринку, має стратегічну цінність є організаційні знання. З урахуванням активізації високотехнологічних процесів та інтелектуалізації виробництва в умовах обмеженості ресурсних та зростанні споживчих ринків, у системі управління вітчизняних підприємств назріла необхідність застосування нових підходів, методів і моделей управління, в основу яких покладені знання. Ця нематеріальна основа представляє інтелектуальну платформу для формування та розвитку ключових здатностей – приймати доцільні управлінські рішення, застосовувати провідний досвід, розробляти та реалізовувати стратегії бізнесу, формувати нові моделі поведінки на ринку, отримувати лояльність клієнтів.

Теоретичні, методологічні та методичні аспекти формування та розвитку організаційних знань знайшли відображення в працях таких учених, як І. Ансофф, М. Веттер, А. Воронкова, В. Геєць, С. Вудрафф, К. Ейзенхардт, Г. Клейнер, Б. Мільнер, А. Наливайко, І. Нонака, Н. Ольве, К. Прахалад, Ж. Рой, Г. Саймон, С. Сакман, Р. Санчез, М. Спенсер, П. Сперроу, Х. Такеучі, Г. Хемел, Дж. Ходкінсон, Л. Шимановська-Діанич та ін. Значну увагу в дослідженнях цих авторів присвячено професійній та психологічній природі знань на індивідуальному, організаційному та міжорганізаційному рівнях управління. Однак з урахуванням швидкого розвитку та різної спрямованості теоретичних напрацювань і досягнень необхідно зазначити, що є частина питань, що залишаються в центрі уваги науковців та потребують подальших досліджень. До них слід віднести забезпечення єдності в тлумаченні поняття «стратегічні знання» та виокремлення їх видів, окремі аспекти методології їх дослідження та управління ними, а саме: методичні підходи, техніки та аналітичний інструментарій, механізми та стратегії формування, розвитку стратегічних знань промислового підприємства, інтеграції в систему управління його бізнес-процесами. Актуальність, практична значущість і недостатня розробленість питань щодо формування стратегічних знань підприємства зумовила вибір теми дисертації, мету, перелік і зміст завдань для її повного розкриття і досягнення.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дисертаційна робота відповідає основним напрямам наукових досліджень Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця та НДЦ індустріальних проблем розвитку НАН України. Результати дослідження використано при виконанні науково-дослідних робіт за темами «Розробка механізму економічної безпеки підприємства в період його реструктуризації» (номер державної реєстрації №0113U008067), в рамках якої здобувачем розроблено методичний підхід до формування та використання організаційних знань в умовах реструктуризації підприємства; «Механізм державної підтримки реконструкції промисловості України» (номер державної реєстрації №0117U003219), в рамках якої здобувачем розроблено методичний підхід до аналізу структурних змін промисловості України.

Мета і завдання дослідження. Метою дисертаційної роботи є розвиток теоретичних положень, розробка методичних і практичних рекомендацій щодо формування стратегічних знань підприємства.

Відповідно до цієї мети в дисертації поставлено і вирішено такі завдання:
розвинути понятійний апарат формування стратегічних знань підприємства;
узагальнити теоретичні підходи та визначити положення формування стратегічних знань підприємства;

виділити класифікаційні ознаки та форми стратегічних знань підприємства;
розробити методичне забезпечення та провести аналіз умов формування стратегічних знань промислових підприємств;

розробити методичний підхід до формування стратегічних знань та обґрунтувати стратегічні напрями управління ними;

розробити організаційно-інформаційне забезпечення формування стратегічних знань підприємства;

сформувати методичний підхід до оцінювання стратегічних знань підприємства.

Об'єктом дослідження обрано процес управління стратегічними знаннями промислового підприємства.

Предметом дослідження є теоретичні положення, методичні підходи, методи, аналітичний інструментарій формування стратегічних знань машинобудівних підприємств.

Методи дослідження. Теоретико-методологічною основою дослідження є сучасні положення економічної теорії, наукові праці вітчизняних і зарубіжних учених з проблем формування та розвитку стратегічних знань підприємства. В дисертації використано систему загальнонаукових і спеціальних методів дослідження: історичного і логічного аналізу – для розкриття процесу становлення теорії організаційних знань, визначення змісту стратегічних знань; методи аналізу і синтезу, теоретичного узагальнення – для виокремлення видів стратегічних знань підприємства, обґрунтування підходу до формування стратегічних знань підприємства; методи та прийоми фінансово-економічного аналізу для виявлення особливостей умов формування стратегічних знань машинобудівних підприємств; метод факторного аналізу – для моделювання та аналізу факторів формування стратегічних знань підприємств; метод експертних оцінок та індексний метод – для оцінювання стратегічних знань машинобудівного підприємства, а також процесів реалізації стратегій залучення, придбання та створення стратегічних знань.

Інформаційною базою дослідження є матеріали Державного комітету статистики України, дані фінансової та статистичної звітності машинобудівних підприємств Харківського регіону, європейські та американські стандарти управління знаннями, ресурси мережі Інтернет. Правове поле дослідження склали чинні законодавчі та нормативні документи, що регламентують діяльність суб'єктів господарювання в Україні.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в розробленні й обґрунтуванні теоретико-методичних засад формування стратегічних знань промислового підприємства, а саме:

удосконалено:

методичний підхід до формування стратегічних знань підприємства, що, на відміну від існуючих, ґрунтується на визначених принципах та виділених стратегіях придбання, залучення та створення, що інтегрують стратегічні знання в процеси

управління розвитком підприємства за рахунок визначення завдань, об'єктів та носіїв знань, заходів з кодифікування й персоніфікації знань на корпоративному, функціональному та особистісному рівнях, що дозволило оцінити та побудувати профіль створених, отриманих та залучених стратегічних знань;

методичне забезпечення аналізу умов формування стратегічних знань на промислових підприємствах, відмінністю якого є визначена послідовність процедур аналізу інформаційно-аналітичних даних, які крім фінансово-економічних показників діяльності підприємств, що є однією з конкретних форм представлення стратегічних знань, представлені інформаційними показниками з корпоративних веб-сайтів (якості корпоративного управління, організаційного розвитку й стратегічного партнерства, навчання персоналу), що дало можливість виділити пріоритетні стратегічні напрями формування стратегічних знань підприємств;

методичний підхід до оцінювання стратегічних знань підприємства, що відрізняється від існуючих оцінюванням ступеня сформованості стратегічних знань управлінського персоналу та членів Наглядової ради таких їх видів і форм як декларативні (заявлені в стратегічних намірах та цілях), процедурні (знання методичного та інструктивного характеру управління бізнес-процесами) та причинні (пов'язані з вмотивованістю на навчання та розвиток), що дозволило визначити пріоритетні заходи з формування стратегічних знань;

організаційно-інформаційне забезпечення формування стратегічних знань підприємства, що у порівнянні з наявними розробками реалізується функціями управління знаннями (пошуку, створення, збереження, трансляції, використання) через визначення завдань, етапів, заходів з кодифікування й персоніфікації знань, комплексу показників для його оцінювання за складовими: інформаційні технології, інформаційне забезпечення, організація та культура управління знаннями;

дістали подальшого розвитку:

змістовне наповнення понятійного апарату формування стратегічних знань підприємства, відмінність якого полягає у визначенні сутності ключових понять «стратегічні знання» й «процеси формування стратегічних знань», що розкривається в процесі управління розвитком підприємства відповідно до стратегічних цілей через формалізацію стратегічних знань – виділення їхніх видів та конкретних форм у стратегіях створення, залучення, придбання та заходах з кодифікування, персоніфікації стратегічних знань;

визначення поняття «стратегічні знання», яке, на відміну від існуючих, розкриває їх сутність як інформаційного ресурсу, що набуває стратегічної цінності при прийнятті стратегічних рішень в процесах розроблення інноваційних продуктів та технологій, створення стратегічної компетентності та конкурентних переваг на ринку, побудови та використання нових організаційних моделей співробітництва, накопичення та передачі досвіду;

класифікація стратегічних знань, відмінність якої полягає в обґрунтуванні необхідності врахування в прийнятті стратегічних рішень таких видів стратегічних знань: управлінського персоналу та членів Наглядової ради, як ключових груп прийняття стратегічних рішень (за ознакою організаційного рівня); стратегічної логіки, стратегічного бачення, стратегічного аналізу (за ознакою способу пізнання); корпоративні, поділювані (за ознакою відповідності характеристикам культури

прийняття стратегічних рішень); створені, залучені, придбані, кодифіковані, персоніфіковані (за ознакою способу їх формування).

Практичне значення одержаних результатів полягає в тому, що теоретичні положення дисертаційної роботи доведені до рівня конкретних методичних рекомендацій щодо аналізу й оцінки стратегічних знань машинобудівного підприємства, факторів їхнього формування та розвитку; впровадження комплексу стратегічних заходів щодо формування стратегічних знань на підприємстві.

Результати дисертаційної роботи впроваджені та використовуються для формування стратегічних знань Харківських підприємств індустріальної групи «У.П.Е.К» (довідка № 242–1/1-03 від 25.05.18 р.) та ТОВ «Петрометал Україна» (довідка №24/05-2 від 05.04.2018 р.), а також у навчальному процесі Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця при викладанні дисципліни «Стратегічний аналіз» (довідка №17/86-23-219/1 від 18.10.2017 р.).

Особистий внесок здобувача. Дисертація є самостійною завершеною роботою. З наукових праць, опублікованих у співавторстві, в дисертаційній роботі використано лише ті положення, які є результатом особистого дослідження здобувача. Внесок автора у роботи, виконані у співавторстві, наведено у списку, що поданий в авторефераті.

Апробація результатів дисертації. Основні теоретичні положення і практичні результати дисертаційного дослідження оприлюднені на міжнародних та всеукраїнських науково-практичних конференціях: «Проблеми стійкості функціонування суб'єктів ринкової економіки України» (м. Феодосія, 2013 р.); «Економіка та сучасний менеджмент: теоретичні та практичні аспекти» (м. Одеса, 2014 р.); «Зовнішні та внутрішні фактори впливу на формування та розвиток економічної системи» (м. Львів, 2014 р.); «Виробничо-експортний потенціал національної економіки» (м. Ужгород, 2014 р.); «Сучасні проблеми моделювання соціально-економічних систем» (Братислава – Харків, 2018 р.).

Публікації. Основні результати і висновки дисертації знайшли відображення в 12 наукових працях, серед яких 4 статі у виданнях, що входять до міжнародних наукометричних баз, 3 статті у фахових виданнях та 5 тез доповідей і матеріалів конференцій. Загальний обсяг публікацій – 7,08 ум.-друк. арк., особисто автору належить 5,20 ум.-друк. арк.

Структура й обсяг роботи. Дисертація складається зі вступу, трьох розділів, висновків, додатків, списку використаних джерел. Роботу викладено на 239 сторінках машинописного тексту (9,96 авт. арк.). Робота містить 31 таблицю, з них 5 на 6 повних сторінках, 25 рисунків, з них 5 на 4 повних сторінках, 8 додатків на 20 сторінках, список використаних джерел складається із 183 найменувань на 18 сторінках. Обсяг основного тексту дисертації становить 191 сторінку (7,96 авт. арк.).

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У вступі обґрунтовано актуальність теми дисертаційної роботи, сформульовано мету і завдання, визначено об'єкт і предмет дослідження, розкрито наукову новизну та практичне значення одержаних результатів, наведено дані щодо їх апробації та опублікування.

У першому розділі – «Теоретичне забезпечення формування стратегічних знань підприємства» – розвинуто понятійний апарат формування стратегічних знань підприємства; узагальнено теоретичні підходи та визначені положення формування стратегічних знань підприємства; виділено класифікаційні ознаки та форми стратегічних знань підприємства.

У дисертації обґрунтовано, що стратегічні знання є характеристикою розвитку підприємства, обумовлені його цілями та процесами функціонування. Управління знаннями пов'язано не тільки з пізнанням і пошуком, але й зі створенням його конкретних форм, що відображається в результатах діяльності стратегічною позицією та лідерством підприємства на ринку, формуванням і розвитком ключових компетенцій. Крім того, поняття «стратегічні знання» визначено аспектами стратегічного менеджменту щодо забезпечення компетентності на всіх рівнях організації – індивідуальному (особистісному), організаційному та міжорганізаційному (рис.1).

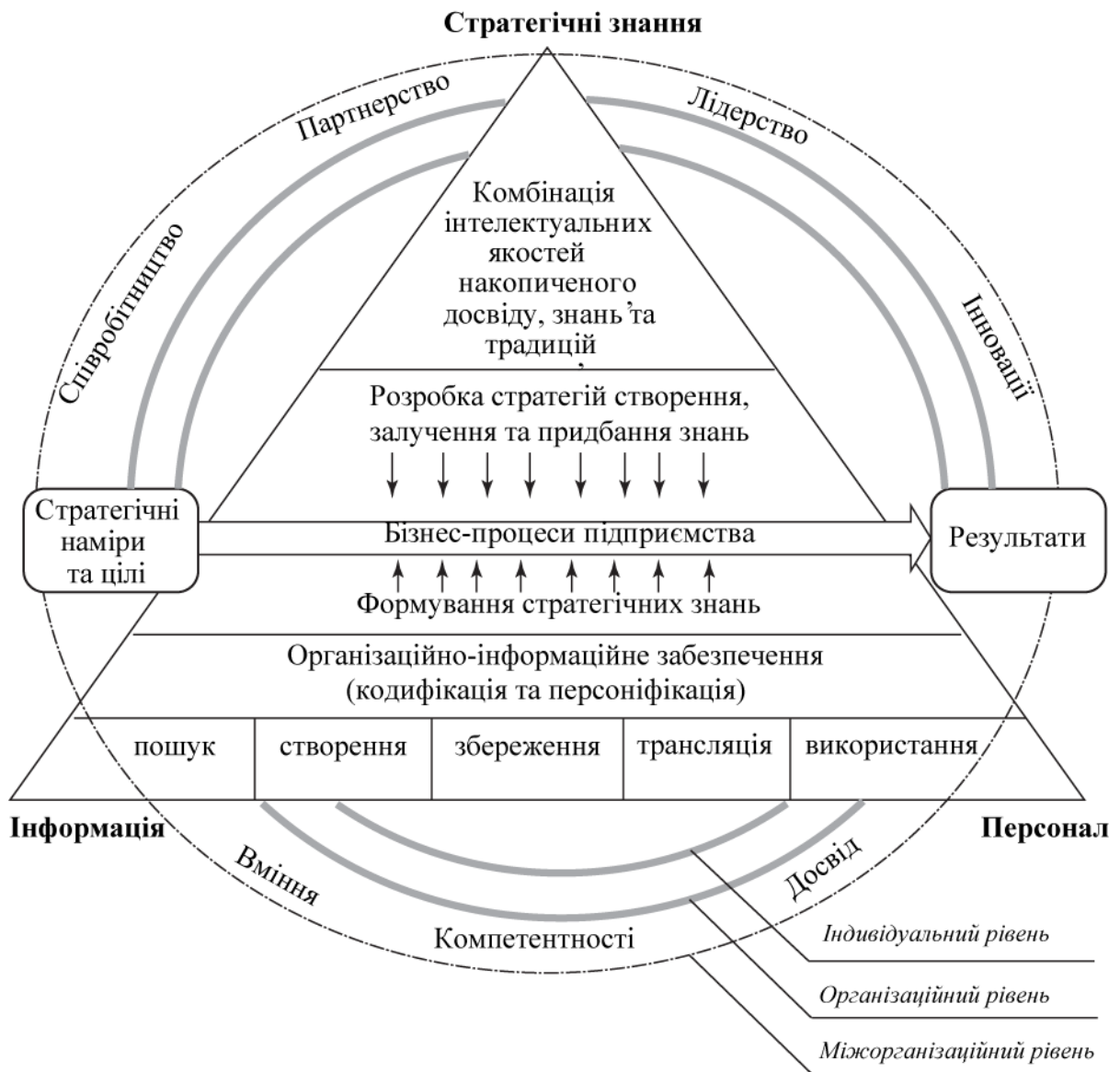


Рис. 1. Змістовне наповнення понятійного апарату формування стратегічних знань підприємства

Сутнісними характеристиками визначення стратегічних знань є – «фактор розвитку», «стратегічний ресурс», «унікальна цінність для отримання конкурентної переваги», «основа ключової компетентності», що проявляється у здатності приймати доцільні управлінські рішення, застосовувати провідний досвід, розробляти та реалізовувати стратегії бізнесу, формувати нові моделі поведінки для підприємства на ринку, отримувати інноваційні результати діяльності в продуктах, послугах та технологіях.

У дисертації обґрунтовано доцільність визначати поняття «стратегічні знання» як інформаційний ресурс (селективна, упорядкована певним чином, отримана відповідно критеріям та оформлена інформація), що набуває стратегічної цінності при прийнятті стратегічних рішень в процесах розроблення інноваційних продуктів та технологій, створення стратегічної компетентності та конкурентних переваг на ринку, побудови та використання нових організаційних моделей співробітництва, накопичення та передачі досвіду. Відповідно такому положенню сутність поняття стратегічні знання підприємства визначається: конкурентною (через реалізацію процесів створення конкурентних переваг), організаційною (організаційна структура, а також управлінські процеси) та мотиваційною природою (установка стимулів, а також виховання й заохочення позитивного мислення й поведінки, стимулювання відданості й бажання); проявляється в результатах стратегічного мислення, бачення, логіки прийняття стратегічних рішень; відповідає індивідуальному (базується на когнітивних та психологічних якостях особи, що приймає управлінське рішення) та колективному (груповому, організаційному та міжорганізаційному) рівням формування та прояву знань.

Усі процеси та організаційні складові формування стратегічних знань взаємозв'язані й інтегруються в процес управління розвитком підприємства відповідно до стратегічних цілей. Процеси формування знань (від неявного до формалізованого) відповідають створенню його конкретних форм, що: задекларовані в місії та цілях підприємства, в програмах розвитку та навчання, уставних документах, положеннях; відображені в інноваційних продуктах, технологіях, лідерстві та конкурентних перевагах на ринку, організаційних формах взаємодії та співробітництва, організаційній структурі підприємства; представлені інформацією на сайтах, у рекламі, на виставках та ярмарках, періодичних виданнях; документально оформлені інвестиційними проектами, бізнес-планами, поточними завданнями, нормами, правилами, інструкціями, методиками; формами звітності щодо результатів діяльності, прийнятими стратегічними рішеннями (накази, угоди, розпорядження). Тому закономірності формування стратегічних знань можуть бути розкриті в сполучені з аналізом процесів функціонування та розвитку підприємств, корпоративних та ринкових взаємовідносин, конкурентного та інституційного середовища. За таким положенням необхідним є вирішення завдання структурування стратегічного знання, розгляду його видів з метою визначення співвідношень, пропорцій, тенденцій змін його форм.

У дисертації систематизовано види стратегічних знань у процесі формування та використання інформації в прийнятті стратегічних рішень за такими класифікаційними ознаками:

організаційний рівень розроблення стратегічних рішень – особистісні як

результат індивідуального досвіду (містить особистісні переконання, думки, цінності особи, що приймає рішення), організаційні, корпоративні;

ступінь сформованості знань – від неявних (на рівні інтуїції, прихованих) до формалізованих знань, що оформлені в конкретну форму (певні, явні, кодифіковані, експліцитні, документовані);

спосіб пізнання – знання стратегічної логіки, стратегічного бачення, стратегічного аналізу, методи дослідження;

характеристики культури діючого інституту прийняття стратегічних рішень – розуміння, що поділяє персонал; традиції, система цінностей, стандарти;

засіб використання в процесах стратегічного управління – декларативні – інформація, що заявлена й представляє стратегічну позицію підприємства; процедурні – представлені інформацією щодо ідентифікації та класифікації об'єктів та подій; методичні знання – інформація про те, як зробити, знання інструктивного характеру; причинні або аксіоматичні знання – фундаментальні переконання або базові причини;

визначення цілей відповідно до стратегічних напрямів формування стратегічних знань – створені, залучені, придбані, кодифіковані, персоніфіковані.

Така класифікація стратегічних знань дозволяє визначити найбільш суттєві теоретичні підходи та положення щодо формування стратегічних знань.

У дисертації обґрунтована необхідність застосування ресурсного, процесного, поведінкового та інституціонального підходів у дослідженні процесів управління стратегічними знаннями та для розроблення відповідного методичного забезпечення. Так, застосування ресурсного підходу фокусує увагу на певних видах ресурсів та їх можливостях, що створюють стратегічну цінність організаційних знань у реалізованих бізнес-процесах; процесний підхід – на процесах управління стратегічними знаннями, послідовності дій та етапах від його пошуку та формування до реалізації; інституціональний – на необхідності врахування інституціональних обмежень (діючих норм, стандартів), знань груп-учасників корпоративних відносин, які залучені до прийняття та розроблення найважливіших рішень; поведінковий виділяє організаційну поведінку та стратегічні знання на всіх рівнях управління підприємством, мотиваційну складову у розвитку стратегічних знань підприємства. Для підтвердження висунутих положень проведено аналіз умов та стратегій формування та розвитку стратегічних знань промислових підприємств.

У другому розділі – **«Аналіз умов формування стратегічних знань промислових підприємств»** – розроблено методичне забезпечення та проведено аналіз умов формування стратегічних знань промислових підприємств.

Дослідження умов формування стратегічних знань промислових підприємств полягає в аналізі їхнього стану та перспектив розвитку, що відповідає аспектам: конкурентному (конкурентні позиції підприємств на ринку та їх конкурентоздатність); інноваційному (інноваційна активність підприємств); інституціональному (відповідність світовим стандартам якості та передовим практикам корпоративного управління). Обґрунтовано, що методичне забезпечення аналізу умов формування стратегічних знань має ґрунтуватися на застосуванні принципів причинності та комплексності (табл. 1), що проявляється у врахуванні взаємообумовленості економічних та соціальних чинників, встановленні певного

комплексу показників та критеріїв, які характеризують якісні зміни в управлінні стратегічними знаннями, опосередковано їх описують через результативність діяльності, ступінь досягнення поставлених цілей.

Таблиця 1

Методичне забезпечення аналізу умов формування стратегічних знань промислових підприємств

Завдання	Методи	Результати, що очікуються
1. Здійснити аналіз стану та перспектив розвитку підприємств машинобудівної галузі	Прийоми та методи економічного аналізу, факторний та кластерний аналіз	Виявлені інноваційні, конкурентні, інституціональні умови формування стратегічних знань промислових підприємств. Визначені пріоритетні орієнтири формування стратегічних знань за рахунок аналізу інноваційної активності, факторів фінансово-економічного стану на прикладі підприємств Харківського регіону.
2. Провести аналіз організаційних форм створення, трансферу та розвитку стратегічних знань, інструментарію управління ними	Порівняння, рейтингові оцінки, експертне опитування	Визначено найбільш задіяні організаційні форми створення, трансферу та розвитку стратегічних знань. Виявлено переваги та недоліки застосування інструментарію управління стратегічними знаннями.
3. Провести аналіз стратегій формування знань, що застосовують машинобудівні підприємства	Порівняння, стратегічний аналіз та аналіз сайтів досліджуваних підприємств	Виявлено та охарактеризовано стратегії формування знань, що застосовують машинобудівні підприємства та запропоновано певні напрямки подальшого удосконалення їх методичного забезпечення.
4. Розробити методичний підхід до формування стратегічних знань	Експертне оцінювання, морфологічний аналіз	Сформовано обґрунтований перелік заходів з формування стратегічних знань підприємств

Аналіз стратегічних знань машинобудівних підприємств здійснювався у контексті врахування тенденцій розвитку світової та вітчизняної машинобудівної галузі. Найбільш значними чинниками, що спонукають машинобудівні підприємства до формування та розвитку їх знань, є: глобалізація процесів конкуренції; науково-технічні досягнення, що ускладнюють виробничі процеси – робототехніка, заснована на системах управління сенсорними датчиками і виконавчими механізмами, які працюють автономно або напівавтономно з можливістю адаптації до динамічного середовища; 3D-друк, в основі якого лежить принцип пошарового «вирощування» твердого об'єкта; нові нано- та smart-матеріали; ускладнення умов постачань та необхідність чіткого дотримання вимог замовників до якості продукції; мінімізація термінів виведення виробів на ринки; накопичення досвіду, наявність можливостей його передачі й використання передових практик. Тому основними напрямками розвитку машинобудівного комплексу України, враховуючи зарубіжний досвід є: пріоритетний розвиток наукоємних галузей, машинобудівного обладнання, автомобілебудування; налагодження нових технологічних зв'язків з країнами близького і далекого зарубіжжя;

пожвавлення інвестиційної активності, державна підтримка підприємств, орієнтована на виробництво високотехнологічної продукції; створення сучасної технологічної бази для всіх галузей машинобудівного комплексу з метою зниження енерго-, ресурсо- та працемісткості виробництва і підвищення конкурентоспроможності його продукції; орієнтації продукції на потреби внутрішнього ринку та можливості входження в світовий ринок; екологізація виробництва, що передбачає випуск ресурсозберігаючих та природоохоронних видів техніки. Оскільки машинобудівний комплекс України має значний науково-виробничий потенціал, сучасна стратегія державної промислової політики повинна бути спрямована на зростання темпів випуску наукоємної і високотехнологічної продукції, освоєння нових конкурентоздатних зразків техніки, підвищення якості й ефективності виробництва з орієнтацією на потреби внутрішнього ринку та збільшення експортного потенціалу.

За даними 2017 року обсяг промислового виробництва збільшився на 0,4% (2,8% у 2016 році). В 2017 році з урахуванням дії комплексу чинників відбулися структурні зміни у промисловому виробництві на користь збільшення частки переробної промисловості, у т.ч. галузей інвестиційного спрямування (машинобудування, виробництва будматеріалів, окремої металопродукції тощо), у відповідь на збільшення внутрішнього попиту на інвестиційну продукцію з високою доданою вартістю з боку суміжних галузей, так і збільшення зовнішнього попиту. Частка переробної промисловості у структурі реалізації промислової продукції у 2017 році становила 65% порівняно з 60,8% у 2016 році, у т.ч. машинобудування – 7% порівняно з 6,1% відповідно з урахування зростання даної галузі на 7,9%.

За результатами аналізу інноваційної активності 15 машинобудівних підприємств Харківського регіону за період 2015-2017 рр. слід відзначити, що позиції лідерів галузі в створенні інноваційних продуктів та впровадженні інноваційних технологій належать підприємствам ПАТ «ХАРПІ» (28 нових виробів та 107 інноваційних технологій), ПАТ «Турбоатом» (14 інноваційних виробів та 22 інноваційних технологій), ТОВ «ЛКМЗ» (11 нових виробів), ДП «Електроважмаш» (21 новий виріб та 9 інноваційних технологій). Для створення системи мотивації персоналу до розвитку та оновлення їхніх професійних знань розроблено та впроваджено програми стимулювання та заохочення праці (з використанням матеріального та нематеріального стимулювання) – на 26,7% з досліджуваних підприємств, формування кадрового резерву для ключових посад – на 6,7%, співпраці із вищими навчальними закладами з метою підготовки фахівців необхідної кваліфікації та скорочення часу на пошук, відбір, наймання та адаптацію нового персоналу – на 73,3%.

Пріоритетність серед цілей розвитку підприємств відображують результати проведеного у роботі факторного аналізу з використанням методу головних компонент. Для виявлення факторів використано комплекс фінансово-економічних показників, що розподілені за групами: прибутковості та фінансової стійкості, ділової активності та інноваційної активності. Згідно з виявленими факторами (F_1 – платоспроможності та фінансової стійкості; F_2 – ефективності операційної діяльності; F_3 – ділової активності; F_4 – результативності інноваційної діяльності; F_5 – маневреності власного капіталу) та проведеним аналізом динаміки змін показників, що їх утворюють, виявлено характер проблем у фінансово-

економічному стані досліджуваних підприємств, що пов'язано з недостатнім фінансовим забезпеченням й ускладнює вибір та реалізацію стратегій їх розвитку.

За результатами аналізу стратегій формування стратегічних знань виявлено таку їх відповідність намірам та цілям розвитку: переорієнтація бізнес-процесів на потреби клієнтів; освоєння нових ринків збуту; мотивація на розвиток професійних знань; розробка та впровадження продуктових, технологічних, ринкових та управлінських інновацій; формування нових моделей бізнесу, які ґрунтуються на довгостроковому партнерстві. Для реалізації зазначених стратегічних намірів підприємства використовують широкий арсенал інструментів. Так, для позиціонування на новому ринку застосовуються сучасні маркетингові комунікаційні інструменти, як: оновлення товарного знаку, логотипу, маркування та пакування продукції (93,3% з досліджуваних підприємств); виготовлення та розповсюдження тематичної сувенірної продукції (86,7%); створення та регулярне оновлення сучасних офіційних сайтів (66,7%); організація та проведення корпоративних свят, церемоній, премій та конкурсів (46,7%); проведення публічних виступів топ-менеджерів підприємств (13,3%); участь у ярмарках, конференціях та виставках (100%). Кооперація та партнерська активність підприємств характеризується створенням спільних виробництв (20%); членством в асоціаціях для пошуку нових партнерів та просування власної торгівельної марки (26,7%); використанням аутсорсингу як конкурентної переваги на новому ринку (67%), залучення досвіду зовнішніх незалежних інжинірингових та проектних компаній до створення інновацій (40%).

На підставі аналізу результатів рейтингового оцінювання якості корпоративного управління в акціонерних товариствах України, з позицій, що рівень стратегічних знань взаємозумовлений якістю корпоративного управління, його відповідністю принципам та передовим міжнародним практикам та стандартам, ідентифіковано умови формування стратегічних знань на корпоративному рівні в питаннях:

наявності та дії норм, правил та стандартів діючого інституту прийняття рішень, що визначають стандарти створення та поширення організаційних знань;

власності як «когнітивної основи» знань та цінностей власників організації («домінуючої коаліції», владної еліти);

інформаційної прозорості для залучення знань всіх груп учасників корпоративного управління, підвищення обізнаності персоналу щодо стратегічного вибору розвитку;

захисту корпоративних прав та інтересів акціонерів, що підвищує цінність знань груп-учасників корпоративних відносин;

залучення акціонерів до процесів прийняття стратегічних рішень для мобілізації знань акціонерів;

контролю, результати якого є підставою створення аналітичної бази управлінських знань для корегування та координації дій;

розвитку компетентності в стратегічному управлінні – формує знання на корпоративному рівні про стратегічні можливості, створює управлінський інструментарій, визначає стратегічні орієнтири та цілі.

Таким чином, у дисертації за результатами проведеного аналізу доведено, що цілі розвитку промислових підприємств обумовлюють значимість та пріоритетність видів стратегічних знань підприємств, а отже й напрям та стратегії їхнього формування. Результати аналізу умов формування стратегічних знань досліджуваних підприємств є базою для розроблення відповідного методичного забезпечення.

У третьому розділі – **«Методичне забезпечення формування стратегічних знань підприємства»** – розроблено методичний підхід до формування стратегічних знань та обґрунтовано стратегічні напрями управління ними; розроблено організаційно-інформаційне забезпечення формування стратегічних знань підприємства; сформовано методичний підхід до оцінювання стратегічних знань підприємства.

У дисертації доведено, що методичне забезпечення формування стратегічних знань має ґрунтуватися на визначенні відповідних стратегій, організаційних способах та заходах, обґрунтуванні їхнього вибору, містити розробку методичних підходів до оцінювання їхньої реалізації, структуризації та оцінювання стратегічних знань підприємства.

Методичний підхід до формування стратегічних знань підприємства ґрунтується на ідеях поєднання та досягнення балансу між знаннями та компетенціями на корпоративному, функціональному та особистісному організаційних рівнях, за рахунок створення, залучення та придбання стратегічних знань та провідного досвіду (рис. 2).

Відповідно таким позиціям визначено принципи реалізації методичного підходу, якими виступили: проактивність, що обумовлена стратегічною спрямованістю процесів управління знаннями відповідно стратегії розвитку підприємства; ініціативність та креативність визначаються необхідністю ініціації формування та розвитку знань, стратегічним баченням, доцільністю вибору способу дій до вимог галузі та ринку; узгодженість – через відповідність завдань формування стратегічних знань цілям організаційного розвитку підприємства; адаптивність досягається активним пошуком джерел стратегічних знань та досвіду, можливостей їх використання в процесах стратегічного управління; вмотивованість, що забезпечується навчанням та розвитком персоналу; соціальна відповідальність визначається необхідністю дотримання соціальних стандартів та впровадження передових світових практик, досвіду в діяльність підприємства.

В межах методичного підходу до формування стратегічних знань розроблено систему показників (індексів) реалізації стратегій створення, придбання та залучення знань, за розрахунками яких побудовано профіль реалізації відповідних стратегій на ПАТ «ХАРП» та ПАТ «Турбоатом». Інтерпретація отриманих результатів свідчить, що на ПАТ «ХАРП» за рахунок інтеграційних процесів здійснюється поступовий розвиток за складовими створення власних знань та їхнього залучення. У той самий час ПАТ «Турбоатом», за показниками придбання знань, активізує свою діяльність у засобах навчання, оцінювання стратегічних знань та управлінських компетентностей, нарощування власного інноваційного потенціалу, активної політики співробітництва та партнерства. Проведені розрахунки дозволили визначити проблемні сфери для розвитку стратегічних знань,

які властиві аналізованим підприємствам, не залежно від рівня їх інноваційної активності, а саме: розробка інноваційних програм навчання для управлінського персоналу, формування їх відповідності вимогам та стандартам, передовим практикам та інноваційним технікам навчання управлінського персоналу, забезпеченість методичною документацією в сфері управління знаннями, а також удосконалення методичного забезпечення для оцінювання інтелектуальних активів.



Рис. 2. Методичний підхід до формування стратегічних знань підприємства

З позиції необхідності проведення кодифікування та персоніфікації стратегічних знань запропоновано організаційно-інформаційне забезпечення формування

стратегічних знань підприємства. Складовими такого забезпечення є інформаційні технології та інформаційне забезпечення, організація та культура управління знаннями. Змістовне наповнення кожної складової представляє комплекс показників для оцінювання їх реалізації. Так, інформаційні технології, що забезпечують процеси управління знаннями, представлено показниками: насиченість процесу управління знаннями обчислювальною технікою та засобами телекомунікації, відносний рівень інвестицій в ІТ, рівень якості програмного забезпечення, показник оновлення ІТ. Для оцінювання рівня інформаційного забезпечення запропоновано показники: оперативності проходження інформації в процесах управління знаннями, повноти інформації, спеціалізації при управлінні знаннями, сприятливості організаційної структури управління знаннями. Організацію управління знаннями визначають показники організаційної структури (коефіцієнти централізації, керованості, спеціалізації, зовнішніх інформаційних зв'язків підрозділів залучених до управління знаннями) та процесів управління знаннями (рівні якості ідентифікації, отримання, накопичення, розвитку, поширення та обміну, використання знань). Культуру управління знаннями запропоновано оцінювати за показниками: загального стилю керівника, дієвості системи мотивації, професійної підготовки та компетентності працівників, залучення працівників до прийняття рішень, централізації влади. В дисертації представлено комплекс завдань з кодифікування й персоніфікації знань відповідно до організаційних рівнів (корпоративного, функціонального та особистісного) та етапів управління стратегічними знаннями.

Для більш глибокого вивчення внутрішніх управлінських процесів та виявлення проблемних зон у формуванні стратегічних знань аналізованих підприємств, у дисертації запропоновано методичний підхід до їхнього оцінювання. Для вимірювання ступеня сформованості стратегічних знань підприємств були виділені ключові групи-учасники прийняття стратегічних рішень (менеджмент та члени Наглядової ради) й відповідно до їхніх компетенцій ідентифіковано декларативні (заявлені в стратегічних намірах та цілях), процедурні (знання методичного та інструктивного характеру управління бізнес-процесами) та причинні (пов'язані з вмотивованістю на навчання та розвиток) знання. Для оцінювання розроблено анкету (45 позицій), яка містить три групи питань (по 15 показників), що характеризують особливості управління декларативними, процедурними та причинними знаннями. Кожному питанню відповідають оцінки: значна схожість (3 бали), помірна схожість (2 бали), незначна схожість (1 бал). В опитуванні взяли участь 15 експертів ПАТ «ХАРП». За відповідями кожного експерта розраховується інтегральний відсотковий показник ступеня сформованості стратегічних знань на підприємстві, й після проведених розрахунків формується загальний показник по підприємству шляхом визначення середнього арифметичного (рис.3). Розроблений методичний підхід до оцінювання стратегічних знань підприємства дозволив оцінити ступінь сформованості стратегічних знань ПАТ «ХАРП». Найбільшу оцінку отримала група показників декларативних знань (68%), що відповідають достатньому ступеню ефективності (максимально можливий рівень за методикою складає 100%), ведення підприємством інформаційної політики, розкриття заявленої стратегічної позиції, яка відображується в стратегічних цілях та завданнях розвитку підприємства.

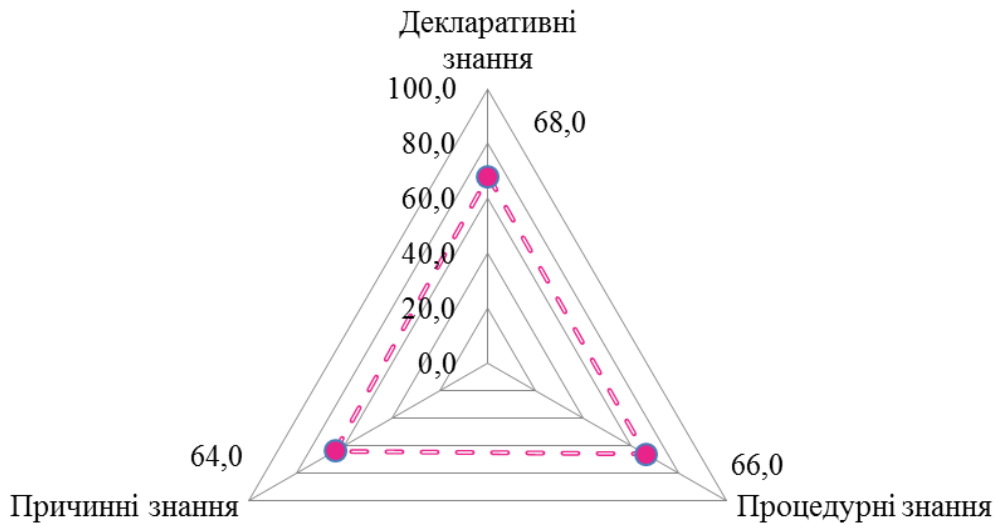


Рис. 3. Діаграма показника сформованості декларативних, процедурних та причинних знань ПАТ «ХАРП»

Найменшу оцінку ступеня сформованості отримано за групою причинних знань (64%), які відображають аспекти корпоративної культури, соціального клімату, а також усі фактори, під дією яких відбувається мотивація підприємства на розвиток та створення нових знань (рис. 4).

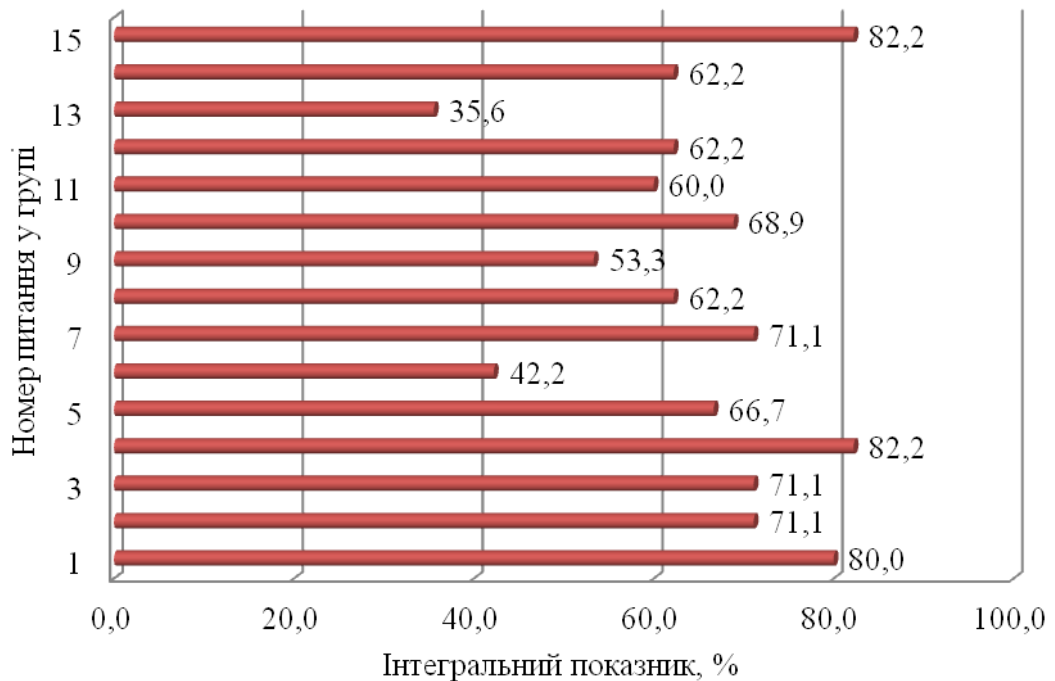


Рис. 4. Розподіл значень інтегральних показників управління причинними знаннями ПАТ «ХАРП»

Недостатній рівень сформованості причинних знань (менше 50%) виявлено за показниками: пункт 13 – діюча система навчання на підприємстві відповідає реальним потребам підвищення кваліфікації управлінського персоналу (35,6%);

пункт 6 – активна участь підприємства у технологічних ярмарках (42,2%). Тому однією з нагальних проблем є залучення висококваліфікованих фахівців для інтервенції інноваційних технік та методик навчання персоналу. У зв'язку з цим у дисертації здійснено декомпозицію системи навчання управлінського персоналу та запропоновано відповідні форми програм навчання, методи набуття знань (табл.2).

Таблиця 2

Зміст системи навчання управлінського персоналу підприємства

Складові	Зміст складових
1. Визначення потреб у навчанні управлінського персоналу	1.1. Визначення «вузьких місць» («зон втручання»), що вимагають навчання. 1.2. Визначення посад, що повинні пройти навчання та характер навчання. 1.3. Встановлення вимог до змісту навчання.
2. Створення та розвиток програм навчання	Типи та форми програм навчання: 2.1. Ротація, наставництво, командна робота. 2.2. Школа лідерства (лідер як проектувальник організації, вчитель, тренер, фасилітатор, управляючий. 2.3. Лекції, конференції, рольові ігри, тренінги. 2.4. Оволодіння інноваційним інструментарієм - моделювання, комп'ютерне навчання, стратегічна картографія, організаційні шаблони.
3. Вибір методів набуття знань	3.1. Комунікативні: 3.1.1. пасивні (спостереження, фіксація озвучених ідей, лекції). 3.1.2. активні (групові-мозковий штурм, круглий стіл, рольові ігри, синектика; індивідуальні – анкетування, інтерв'ю, діалог, експертні ігри). 3.2. Текстологічні – вивчення учбових матеріалі, аналіз літератури, аналіз документів, аналіз інтернет-публікацій;
4. Оцінювання ефективності навчання управлінського персоналу	4.1. Внутрішньо організаційна та між організаційна валідність – відповідність встановленим нормам та стандартам якості знань. 4.2. Валідність навчання – розробка та впровадження інноваційних методів навчання. 4.3. Валідність передачі знань та навичок.
5. Мотивація	5.1. Інновінг (новірування) – мотивація співробітника до набуття знань про творчу діяльність, розвиток креативних здатностей. 5.2. Рефреймінг – формування нового бачення, сприйняття, комплексу цінностей, стратегічної логіки для менеджменту. 5.3. Інтервенція – впровадження інноваційних методів. 5.4. Публічне визнання та винагороди.

Результати апробації підтвердили практичне значення розробленого методичного підходу до оцінювання стратегічних знань на підприємствах «У.П.Е.К.», ПАТ «Турбоатом» та ТОВ «Петрометал Україна».

ВИСНОВКИ

У дисертаційній роботі вирішено важливе науково-практичне завдання щодо подальшого розвитку теоретичних положень та методичного забезпечення формування стратегічних знань машинобудівних підприємств. Основні висновки теоретичного та прикладного характеру, результати, що одержані в ході проведених досліджень, полягають у такому.

1. Понятійний апарат формування стратегічних знань підприємства розвинуто за рахунок визначення сутності та уточнення змісту ключових понять: «стратегічні знання» як інформаційного ресурсу, стратегічна цінність якого створюється за рахунок стратегічного мислення, стратегічного бачення, стратегічної логіки та аналізу при прийнятті стратегічних рішень; «процеси формування стратегічних знань» розкривається в процесі управління розвитком підприємства через створення конкретних форм знань, що задекларовані в місії та цілях підприємства, в програмах розвитку та навчання, уставних документах, положеннях; відображені в інноваційних продуктах, технологіях, лідерстві та конкурентних перевагах на ринку, організаційних формах взаємодії та співробітництва, організаційній структурі підприємства; представлені інформацією на сайтах, у рекламі, на виставках та ярмарках, періодичних виданнях.

2. Використання ресурсного, процесного, поведінкового та інституціонального підходів дозволило узагальнити та визначити основні положення формування та розвитку стратегічних знань підприємства. З позицій: ресурсного підходу виділено ключові функції та завдання в управлінні знаннями, що пов'язані з пізнанням і створенням в бізнес-процесах його стратегічної цінності, конкретних форм, що відображаються в результатах діяльності, конкурентних перевагах на ринку, інноваціях (в продуктах, послугах, технологіях); процесного підходу визначено послідовності дій та етапів від пошуку та створення необхідного типу знань до повторного використання; інституціонального – враховано вплив діючих норм, стандартів, а також знань груп-учасників корпоративних відносин на прийняття найважливіших стратегічних рішень; поведінкового – виділено мотиваційну складову у розвитку стратегічних знань та навчанні персоналу підприємства.

3. Аналіз концептуального базису управління знаннями та теорії організаційних знань дозволив систематизувати види стратегічних знань за ознаками формування та використання інформації в прийнятті стратегічних рішень відповідно: організаційним рівням – особистісні, корпоративні, організаційні; ступеню сформованості від неявних до формалізованих знань, що представлені конкретними формами (документи, програми, плани, методики, інструкції); способу пізнання – стратегічної логіки, стратегічного бачення, стратегічного аналізу, проведення досліджень; характеристикам культури діючого інституту прийняття стратегічних рішень – поділюване розуміння, традиції, система цінностей, стандарти та передові практики; засобам та процедурам їх представлення й застосування в бізнес-процесах - декларативні, процедурні, методичні, причинні; цілевизначенню - заново створені, залучені, придбані. Такий розподіл дозволив структурувати процес управління знаннями на етапи, завдання та організаційні заходи на індивідуальному, функціональному та корпоративному рівнях; провести оцінювання сформованості процедурних, декларативних та причинних знань.

4. Методичне забезпечення аналізу умов формування стратегічних знань промислових підприємств ґрунтується на застосуванні принципів причинності та комплексності, що проявляється у врахуванні взаємообумовленості економічних та соціальних чинників, встановленні певного комплексу показників та критеріїв, які характеризують якісні зміни в економічному стані підприємств й управлінні

стратегічними знаннями, опосередковано їх описують через результативність діяльності, пріоритетність цілей розвитку та ступінь їх досягнення, активність у використанні бізнес-моделей та організаційних форм стратегічного партнерства, залученні досвіду іноземних підприємств лідерів-галузі, експертних та інноваційних знань незалежних інжинірингових, проектних компаній. Вирішення визначених завдань аналізу дозволило виділити проблемні зони в стратегіях створення, придбання та залучення знань, запропонувати комплекс заходів з удосконалення їх організаційно-інформаційного забезпечення.

5. Удосконалений методичний підхід до формування стратегічних знань підприємства ґрунтується на ідеях поєднання та досягнення балансу між знаннями та компетенціями, дотримання принципів проактивності; ініціативності та креативності, узгодженості, адаптивності, вмотивованості, соціальної відповідальності, реалізації стратегічних напрямів придбання, залучення та створення стратегічних знань, що інтегруються в процеси управління розвитком підприємства на корпоративному, функціональному та особистісному рівнях та заходів з кодифікування та персоніфікації знань. Запропонований методичний підхід апробовано в діяльності підприємств ПАТ «Турбоатом» та інтегральної групи «У.П.Е.К.», що дозволило розробити організаційно-інформаційне забезпечення управління їхніми стратегічними знаннями.

6. Організаційно-інформаційне забезпечення формування стратегічних знань підприємства складається з чотирьох взаємозалежних компонентів (інформаційні технології, інформаційне забезпечення, організація та культура управління знаннями), цілеспрямованість реалізації яких для кодифікування та персоніфікації стратегічних знань визначено завданнями, етапами та заходами з пошуку, створення, захисту та збереження, трансляції, використання.

7. Розроблений методичний підхід до оцінювання стратегічних знань підприємства дозволяє визначити ступінь їхньої сформованості та розглядає управлінські знання як основу компетентності членів наглядової ради та управлінського персоналу до прийняття та реалізації стратегічних рішень. Підхід дозволяє оцінити декларативні, процедурні та причинні знання за ступенем їх сформованості на корпоративному, функціональному та особистісному рівнях управління. Використання запропонованого підходу дає можливість підвищити обґрунтованість та доцільність управлінських рішень, визначити потребу в навчанні та розвитку знань управлінського персоналу. Реалізація запропонованих заходів на ПАТ «ХАРП» довела практичну значущість подальшого використання запропонованого методичного інструментарію для формування та розвитку стратегічних знань підприємства.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ РОБІТ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Статті в наукових періодичних виданнях України, які включені до міжнародних наукометричних баз

1. Стоказ Я. М. Формування предметної області дослідження стратегічних знань підприємства / Я. М. Стоказ // Бізнес Інформ. – 2014. – № 12. – С. 469–473. (*Index Copernicus*).

2. Отенко В. І. Методичний підхід до оцінювання стратегічних знань

підприємства / В. І. Отенко, Я. М. Стоказ // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія: «Економічні науки». – 2018. – № 2 (87). – С. 49–57. (*Index Copernicus*).

Особистий внесок автора: сформовано комплекс показників для оцінювання стратегічних знань підприємства.

3. Стоказ Я. М. Методичний підхід до формування та розвитку стратегічних знань підприємства / О. В. Денисюк, Я. М. Стоказ // Проблеми економіки. – 2018. – № 2 (36). – С. 191–198. (*Index Copernicus*).

Особистий внесок автора: розроблено положення формування та розвитку стратегічних знань підприємства.

4. Стоказ Я. М. Теоретичне підґрунтя формування стратегічних знань підприємства / Я. М. Стоказ // Бізнес Інформ. – 2018. – № 4. – С. 419–423. (*Index Copernicus*).

Статті в наукових фахових виданнях України

5. Стоказ Я. М. Міжнародні практики формалізації організаційних знань / О. В. Денисюк, Я. М. Стоказ // Моделювання регіональної економіки: зб. наук. праць. – Івано-Франківськ: Прикарпатський національний університет ім. Василя Стефаника, 2015. – № 1 (25). – С. 280–290.

Особистий внесок автора: проаналізовано європейські та американські стандарти управлінських знань.

6. Стоказ Я. М. Інституціональний підхід до формування інструментарію стратегічних знань підприємства / Я. М. Стоказ // Моделювання регіональної економіки: зб. наук. праць. – Івано-Франківськ: Прикарпатський національний університет ім. Василя Стефаника, 2017. – № 1 (29). – С. 124–134.

7. Отенко В. І. Методичне забезпечення оцінювання управлінської компетентності підприємства / В. І. Отенко, Я. М. Стоказ // Управління розвитком: зб. наук. праць. – Х. : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2018. – №1 (191). – С. 65–71.

Особистий внесок автора: обґрунтовано вибір методів для оцінювання управлінської компетентності підприємства.

Публікації за матеріалами конференцій

8. Стоказ Я. М. Механізми захисту стратегічних знань підприємства / О. С. Преображенська, Я. М. Стоказ // Матеріали XV Всеукраїнська науково-практична конференція «Проблеми устойчивости функционирования субъектов рыночной экономики Украины» (Феодосия, 29-30 ноябрь, 2013 г.). – Симферополь: ИТ «АРИАЛ», 2013. – С. 88–91.

Особистий внесок автора: визначено механізми захисту стратегічних знань в системі корпоративного управління.

9. Стоказ Я. М. Методичне забезпечення формування стратегічних знань підприємства / П. С. Кошарна, Я. М. Стоказ // Зб. тез наук. робіт учасників Міжнар. наук.-практ. конф. «Економіка та сучасний менеджмент: теоретичні та практичні аспекти» (Одеса, 15-16 серпня 2014 р.). – Одеса: ЦЕДР, 2014. – Ч. 1. – С. 107–110.

Особистий внесок автора: визначено змістовне наповнення організаційної та інформаційно-аналітичної складових методичного забезпечення формування стратегічних знань підприємства.

10. Стоказ Я. М. Види організаційних знань підприємства / А. С. Пересада,

Я. М. Стоказ // Зб. тез наук. робіт учасників Міжнар. наук.-практ. конф. для студентів та «Зовнішні та внутрішні фактори впливу на формування та розвиток економічної системи» (Львів, 22-23 серпня 2014 р.). – Київ : АЦ «Нова Економіка», 2014. – С. 51–54.

Особистий внесок автора: виділено класифікаційні ознаки організаційних знань. Уточнено поняття процедурних знань підприємства.

11. Стоказ Я. М. Знання як основний ресурс стратегічного потенціалу підприємства / О. С. Даневич, Я. М. Стоказ // Матеріали доповідей міжнар. наук.-практ. конф. «Виробничо-експортний потенціал національної економіки» (Ужгород, 3–4 жовтня 2014 р.). – Ужгород: Видавничий дім «Гельветика», 2014. – С. 87–89.

Особистий внесок автора: виділено основні положення ресурсного підходу до управління знаннями підприємства. Визначено знання підприємства як ключовий елемент стратегічного потенціалу.

12. Стоказ Я. М. Організаційне забезпечення формування стратегічних знань в системі економічної безпеки розвитку підприємств / Я. М. Стоказ // Матеріали X Міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф. «Сучасні проблеми моделювання соціально-економічних систем» (Братислава - Харків, 5-6 квітня 2018 р.). – Харків, 2018. – С. 111–114.

АНОТАЦІЯ

Стоказ Я. М. Формування стратегічних знань промислового підприємства. – На правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). – Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, Харків, 2018.

У дисертаційній роботі розвинуто теоретичні положення та удосконалено методичне забезпечення формування стратегічних знань підприємства (на прикладі машинобудівних підприємств).

Розвинуто понятійний апарат формування стратегічних знань підприємства, узагальнено теоретичні підходи та визначено положення формування стратегічних знань підприємства. Удосконалено класифікацію стратегічних знань підприємства.

Розроблено методичне забезпечення та на його основі проаналізовано умови формування стратегічних знань промислових підприємств.

Розроблено організаційно-інформаційне забезпечення формування стратегічних знань підприємства, що містить завдання, етапи, заходи з кодифікування й персоніфікації знань. Удосконалено методичний підхід до формування стратегічних знань підприємства. Запропоновано методичний підхід до оцінювання ступеня сформованості стратегічних знань підприємства в процесах управління ними на корпоративному, функціональному та особистісному рівнях.

Ключові слова: стратегічні знання підприємства, формування стратегічних знань, стратегії формування стратегічних знань, методичне забезпечення формування стратегічних знань.

SUMMARY

Stokaz Ya. Formation of strategic knowledge of the industrial enterprise. – Manuscript.

The thesis for a scientific degree of candidate of science in economics on specialty 08.00.04 – Economics and Management of Enterprises (According to the Types of Economic Activities). – Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics, Kharkiv, 2018.

The thesis contain further development of theoretical provisions and improved methodological support of the formation of strategic knowledge of the enterprise (on the example of machine-building enterprises).

Updated the contents and interrelation of the basic categories and concepts of the formation of a strategic enterprise knowledge, which constitute the research field in accordance with the place and role of strategic knowledge in the processes of management of enterprise development. As a result of the analysis of the conceptual basis of knowledge management and the theory of organizational knowledge systematized and selected types of strategic knowledge: corporate, organizational, collective and individual – as belonging to the groups of participants of corporate relations; formalized (explicit) and not formal (hidden) – the type of manifestation; knowledge that is displayed in the general sense, traditions, values, daily standards, rules, regulations – the characteristics of corporate culture; procedural, declarative, methodical, causal – and- by use in organizational processes newly created, purchased, brought – in purposes.

From the position of the resource, process, behavioral and institutional approaches defined the main provisions of the formation of strategic knowledge of the enterprise: key features and challenges in managing knowledge as a valuable strategic resource; the sequence of procedures and stages from finding and creating the necessary type of knowledge to be reused in business processes; the impact of institutional constraints and knowledge of groups of participants of corporate relations in strategic decision-making; motivating and training staff.

Developed organizational and information support of the formation of the strategic knowledge of the enterprise, which includes tasks, milestones, measures of codification and personalization of knowledge. Methodical approach to formation of strategic knowledge includes principles and strategic directions for acquiring, attracting and creating strategic knowledge that are integrated in the development processes of the enterprise.

The proposed methodical approach to assessing strategic knowledge of the enterprise, which is built on the allocation and estimation declarative (shown in the goals and objectives of development), procedural (provide the organization and management of business processes) and causal knowledge (depend on the motivation of staff training and development), the degree of their formation in the management processes at the corporate, functional and individual levels. The application of this methodological approach in the activities of engineering enterprises helped to identify problem areas in their formation, which served as the basis for the development of a set of measures for the development and training of enterprise management personnel.

Keywords: strategic knowledge of the enterprise, the formation of strategic knowledge, strategies of the formation of strategic knowledge, methodical support of the formation of strategic knowledge.

СТОКАЗ ЯНА МИКОЛАЇВНА

**ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЧНИХ ЗНАНЬ ПРОМИСЛОВОГО
ПІДПРИЄМСТВА**

Спеціальність 08.00.04 — економіка та управління підприємствами
(за видами економічної діяльності)

АВТОРЕФЕРАТ

дисертації на здобуття наукового ступеня
кандидата економічних наук

Підписано до друку 17.12.2018 р. Формат 60×90/16.
Обсяг 0,9 ум.-друк. арк. Папір офсетний. Друк різнограф.
Наклад 150 прим. Зам. № 395

Надруковано у центрі оперативної поліграфії ТОВ «Рейтинг».
Свідоцтво про держ. реєстрацію ю. о. А00 № 507350.
61022, м. Харків, пров. Соляниківський, 4.
Тел. (057) 771-00-92, 771-00-96.