

пешеходной. Считаем крайне опасным поощрение дальнейшего расширения конных маршрутов на территории объектов природно-заповедного фонда. Потенциальны обзорные авто-пешеходные экскурсии по Казантипу и сквозные – по побережью Азовского моря с выходом к Черному морю (например, по маршруту: с. Каменское – с. Набережное – с. Семеновка – г. Щелкино – с. Нижнезаморское – с. Золотое – с. Курортное – с. Бондаренково – пос. Аджимушкой – г. Керчь).

Познавательный туризм может протекать в двух направлениях – познавательно-культурном и техногенном. Познавательно-культурный туризм предполагает посещение археологических объектов Казантипа; для достижения большего анимационного и коммерческого эффекта необходимо создание небольшого тематического парка типа «Киммерийская деревня» или «Городище Гераклий»). Подобные объекты являются модной тенденцией в туристском бизнесе и рассматриваются как средство краеведческой подготовки школьников. Своим посетителям могут иметь объекты техногенных экскурсий – сооружения бывшей АЭС. В качестве дополнительных видов туризма рекомендуются научный туризм (в двух формах – археологический в окрестностях мыса Казантип и конгрессный – проведение научных форумов); охотничий и рыболовный туризм.

Современное состояние туристско-рекреационного комплекса Казантипского региона характеризуется экстенсивностью и низкой инновационной составляющей регионального турпродукта. Разработку и внедрение новых видов и форм рекреации и туризма следует рассматривать как важнейший фактор выхода региона из депрессивного состояния. В дальнейшем необходимо выявить возможности и проблемы сопряженного развития туристско-рекреационного комплекса Казантипа и инновационного промышленного комплекса в рамках проекта «Щелкинский индустриальный парк».

Литература

1. Концепция развития внутреннего и въездного туризма в Свердловской области (с учетом существующей системы особо охраняемых природных территорий). – Екатеринбург: Центр инф. обеспеч. сервиса УрГУ, 2007 – 142 с.
2. Стратегия развития санаторно-курортного и туристского комплекса Краснодарского края до 2020 г. – Офиц. изд. – Краснодар: Законодат. собрание Краснодарского края, 2008 (Закон от 16 апр. 2008 г.).
3. Стратегия экономического развития АР Крым до 2017 г. (Крым – территория успеха). – Офиц. изд. – Симферополь: Совмин АР Крым, 2009. (Проект).
4. Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2015 г. – Офиц. изд. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2008. – 95 с.
5. Концепция развития туризма в Севастополе до 2015 г. – Офиц. изд. – Севастополь: Горсовет (Приложение к решению горсовета, № 2866 от 16.10.2007 г.). – 14 с.
6. Основные показатели финансово-хозяйственной деятельности предприятий санаторно-курортного и туристского комплекса Ленинского района по форме 1-СКТК за 2009 г. – Офиц. изд. – Ленино: Районная администрация Ленинского р-на АРК, 2009. – 6 с.
7. Регион «Казантип». Основные направления развития. SWOT-анализ. – К.: Проект Агентства США по международ. развитию USAID, 2009. – 6 с.

Рецензент доктор экон. наук, профессор А.А. Канов

338:658.589:621

*Чухрасва Н.М., здобувач,
Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана, м. Київ*

СТИМУЛЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

В умовах жорсткої конкуренції як на міжнародних, так і на вітчизняних ринках здатність підприємств функціонувати та розвиватись залежить від їх спроможності створювати й впроваджувати інновації. Інноваційна діяльність є основним чинником зростання конкурентоспроможності та ефективності виробництва, розширення ринків збуту, підвищення якості та зниження витрат на виготовлення продукції. Проте вітчизняні підприємства, які мають достатньо високий науково-технічний, виробничо-технологічний та кадровий потенціал, володіють значною кількістю унікальних сучасних технологій та зразків продукції, продовжують розвиватись без належного використання досягнень сучасної науки. У структурі виробництва переважають низько- та середньотехнологічні продукти, залишається високим рівень його ресурсо- та енерговитратності.

Практична реалізація задекларованих принципів державної інноваційної політики, необхідність зміцнення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств за умов глобалізації економічних процесів та входження України до СОТ, потребують невідкладних заходів, спрямованих на активізацію інноваційної діяльності суб'єктів господарювання, зокрема у машинобудуванні, розроблення нових та посилення дієвості існуючих форм та методів її стимулювання.

Теоретико–методичні основи вивчення інновацій закладено такими всесвітньо відомими вченими–економістами як П. Друкер, М.Д. Кондратьєв, Б. Лундвалл, Г. Менш, Р. Нельсон, М. Портер, М.І. Туган–Барановський, І. Фішер, К. Фрімен, Й. Шумпетер.

Проблематика інноваційної діяльності та її активізації досліджувалася також у працях Амоші О.І., Алексєєва І.В., Антонюк Л.Л., Бажала Ю.М., Бойка Є.І., Волкова О.І., Гончарової Н.П., Гальчинського А.С., Геєця В.М., Завліна П.Н., Іванової Н.І., Казанцева А.К., Козенкова Д.С., Кузнєцової А.Я., Кузьміна О.Є., Лапко О.О., Мінделі Л.Е., Павленко І.А., Петровича Й.М., Поручника А.М., Савчука В.С., Семиноженка В.П., Фатхутдінова Р.А., Федулової Л.І., Харіва П.С., Чухрай Н.І. та ін. У роботах цих авторів розкрито сутність та значення інновацій для розвитку ринкової економіки, розроблено їхні класифікації, обґрунтовано необхідність та визначено окремі напрями та форми активізації інноваційної діяльності підприємств, такі як удосконалення фінансового забезпечення, формування інноваційної інфраструктури, розвиток інноваційного потенціалу, мотивування персоналу, який займається інноваційною діяльністю тощо.

Мета статті – визначити основні напрями стимулювання інноваційної діяльності вітчизняних підприємств з урахуванням особливостей розвитку національного середовища господарювання.

Успіх інноваційного процесу у значній мірі залежить від зацікавленості його учасників – власників, працівників підприємств (управлінського персоналу, наукових та інженерних кадрів, робітників), фінансових установ, інвесторів тощо у здійсненні інновацій, їх фінансуванні, швидкій та економічно ефективній реалізації усіх його етапів. Проблематика стимулювання інноваційної діяльності підприємств досить широко розглядається у економічній літературі, обґрунтовується необхідність та значущість такого стимулювання, розглядаються його окремі напрями та методи. Разом з тим ряд важливих аспектів цієї проблеми все ще залишаються поза увагою вчених. Так, поглибленого аналізу потребує сутність поняття “стимулювання інноваційної діяльності підприємств”, важливим є узагальнення та систематизація напрямів та форм стимулювання, розробка комплексного підходу до створення дієвої та ефективною системи стимулювання.

Глибшому розумінню сутності стимулювання буде сприяти розгляд таких тісно пов'язаних категорій як мотивування, потреби, інтереси, мотиви і стимули. Мотивування визначається як “вид управлінської діяльності, який забезпечує процес спонукання себе та інших працівників до діяльності, що спрямована на досягнення особистих цілей та цілей організації. Колот А.М. розуміє мотивування як сукупність рушійних сил (внутрішнього чи зовнішнього походження), які спонукають людину до певних вчинків [2, с. 6]. Під потребами у менеджменті розуміють відчуття фізіологічної або психологічної нестачі будь-чого. Їх поділяють на первинні (фізіологічні) і вторинні (психологічні). Потреби породжують у свідомості людини інтерес. Інтереси, в свою чергу, обумовлюють появу мотивів (від лат. “movere” – “приводити в рух”, “штовхати”), тобто усвідомленого спонукання до дії. У ширшому розумінні мотиви – це спонукальні причини поведінки і дій людини, які виникають під впливом її потреб і інтересів. У структуру мотиву входять: потреба, яку людина хоче задовольнити; благо, що здатне задовольнити цю потребу; трудова дія (дії), необхідна для отримання блага; ціна, тобто витрати фізіологічного, матеріального і морального характеру, пов'язані зі здійсненням трудової дії [2, с. 10–11].

Отже, мотиви мають внутрішню природу та зумовлюють певну поведінку людини, спонукають її до вчинків і дій з метою отримання винагороди та досягнення особистих цілей. Результатом цього може бути повне задоволення, часткове задоволення чи незадоволення потреб індивіда.

Поряд із категорією “мотив” у теорії і практиці менеджменту широко використовується поняття “стимул”. Хоча в економічній літературі поширеною є думка щодо тотожності їх змісту, ми не можемо з цим погодитись та підтримуємо підхід І.Б. Швеця, Є.В. Чумаченка та інших вчених, які вважають, що розмежування цих понять є необхідним для створення ефективною системи стимулювання.

Термін “стимул” (від лат. stimulus – стрекало, батіг, гостроконечна палка, якою поганяли тварин) означає, як і мотив, спонукання до дії, спонукальну причину. Проте, виходячи з етимології терміну, в його основі лежать зовнішні чинники (матеріальні, моральні тощо). Отже, стимул – це зовнішнє спонукання, що спрямоване на досягнення певної мети, тоді як в основі мотиву може бути як стимул (заробітна плата, премія, вища посада тощо), так і особисті причини (відповідальність,

почуття обов'язку, прагнення до самовираження тощо). Слід наголосити, що лише усвідомлений, сприйнятий особою стимул стає мотивом [2].

Стимулювання інноваційної діяльності підприємств можна визначити як процес зовнішнього впливу на інтереси підприємств як суб'єктів господарювання та їхніх працівників, інших учасників інноваційного процесу, передусім суб'єктів фінансування інновацій для появи у них спонукального мотиву у здійсненні інноваційної діяльності та підвищенні її ефективності.

Слід підкреслити, що механізм стимулювання інноваційної діяльності підприємств має бути спрямованим на комплексне формування зацікавленості усіх учасників господарських відносин: працівників підприємства, що приймають безпосередню участь в реалізації інноваційних проєктів, власників (приватних чи акціонерів) та інвесторів, що визначають можливість інвестицій в інноваційну діяльність, їх масштаб та характер.

Необхідність стимулювання інноваційної діяльності була обґрунтована ще у працях Й. Шумпетера та його послідовників В. Зомбарта та В. Мічерліха. Дослідження інноваційної діяльності були продовжені представниками так званої неокласичної теорії – М. Калецкі, Г. Меншом, Б. Твіссом, В. Хартманом та іншими. Розвиваючи ідеї Й. Шумпетера, вони оцінюють інновації як головний імпульс розвитку суспільства та наголошують на необхідності впровадження стимулюючих заходів їх державного регулювання [1]. Засновник теорії інноваційного підприємництва, відомої ще як “теорія прискорення” американський економіст П. Друкер, досліджуючи взаємозв'язок розвитку економіки, підприємництва та інноваційної діяльності, визначив інновацію як особливий засіб підприємств, за допомогою якого зміна перетворюється на можливість до початку нової господарської діяльності, до надання нових послуг. Представники теорії прискорення, вивчаючи західну модель розвитку підприємництва, особливо підкресливали інноваційний його тип, постійну готовність до впровадження нового. Було зроблено висновки про високу віддачу інвестицій в інноваційну сферу та про необхідність державної політики підтримки інноваційної діяльності. Зміст інвестиційної функції інновацій досліджував американський економіст І. Фішер. Вчений показав, що наслідками відкриттів є зростання норми доходу, отримання підприємцями надприбутків від інноваційної діяльності, збільшення процентної ставки та поживлення інвестицій. Воно триватиме до інвестиційного насичення і, відповідно, зменшення ставки процента. І. Фішер визначив цю межу як граничну продуктивність інновацій.

У другій половині ХХ ст. склався новий напрямок економічної думки – нова інституційна теорія, основними розробниками якої є Р. Коуз та Д. Норт, лауреати Нобелівської премії 1991 та 1993 рр. Зокрема Д. Норт у своїх роботах приділяв велику увагу вивченню взаємодії інституційних структур та технологій, їх спільній ролі у економічному та соціальному розвитку. Він зазначав, що інститути задають систему стимулів (позитивних та негативних), спрямовуючи діяльність людей у визначене русло, встановлюють напрями, за якими проходить надбання знань і навичок, розвиток інноваційних процесів [1]. Широкий розвиток отримали також теорії, пов'язані з вивченням проблем ролі особистості, поведінки, рівня освіти, аналізом соціально-психологічних та організаційно-соціологічних факторів інноваційної діяльності. Визначними представниками цього напрямку досліджень (тобто соціально-психологічних теорій інноваційної діяльності) є Є. Вітте, Е. Денісон, Х. Барнет та інші. Досліджуючи проблеми реалізації високих темпів інновацій та перешкоди, що виникають при їх впровадженні, Є. Вітте розробив “теорію стимуляторів”, у якій обґрунтував необхідність організації плідної сумісної роботи “владних стимуляторів” (адміністрації) та “кваліфікованих стимуляторів” (фахівців), де фахівці вирішують проблеми створення інновацій, а адміністрація – їхнє впровадження та усунення різних перешкод.

Велике значення для розвитку сучасної теорії інноваційної діяльності мали також ідеї видатного економіста і філософа ХХ ст. Ф. Хайєка. Ним було показано, що здатність людини до творчості в умовах невизначеності пов'язана з потенціалом інститутів, які виправдовують ризик, а також з обсягом доступного неявного знання, що робить можливим просування вперед. В останні десятиріччя загального визнання набула концепція національної інноваційної системи (НІС). Запровадив це поняття у науковий обіг у кінці 80-х рр. ХХ ст. К. Фрімен. Він визначав НІС як складну систему економічних суб'єктів та суспільних інститутів, які приймають участь у створенні нових знань, їх збереженні, розповсюдженні, перетворенні у нові технології, продукти та послуги, що споживаються суспільством. Базуючись на концепції НІС, Б. Лундвалл та Р. Нельсон розглядали інновації як комплексний процес, що об'єднує різних учасників (фірми, виробників нових знань, технологічні, аналітичні центри), з'єднаних великою кількістю взаємозв'язків, які створюють таким чином інноваційну систему [3].

Визначальною рисою сучасних інновацій є посилення їх наукового компонента, поширення процесу, що отримав у літературі назву “асантифікація” (від англ. “science” – наука). Результатом такого процесу став динамічний розвиток наукомісткої продукції та технологій, основою яких є наукові знання та інформація. Статистичні організації та окремі автори використовують різні показники наукомісткості – відношення витрат на НДДКР до обсягу продажу або до доданої вартості, частка наукових співробітників у загальній чисельності зайнятих в галузі чи компанії тощо. Єдиної загальноприйнятої методології не існує, і в літературі до високотехнологічних (від англ. “high-technology”) відносять галузі, в яких вказані показники вище середніх значень чи перевищують певний встановлений норматив (наприклад, за методикою міністерства торгівлі США відношення витрат на НДДКР до обсягу продажу має перевищувати 4,5 %). Найбільш наукомісткими вважаються такі галузі як аерокосмічна, виробництво комп’ютерів, електронних засобів зв’язку, фармацевтика тощо. З точки зору довгострокової перспективи інвестиції в сектор високих технологій є найпродуктивнішими, хоча й характеризуються високим ризиком. Саме використання цих технологій для випуску наукомісткої продукції забезпечує сьогодні основу конкурентоспроможності на світовому ринку, дозволяє розвивати економіку швидкими темпами, про що свідчить досвід Японії, Південної Кореї, Тайваню, Китаю тощо. Сьогодні світовий ринок високих технологій становить 2,5–3 трлн. дол. на рік, з них близько 40 % належить США. Слід відзначити, що наявна структура промислового виробництва України не відповідає рівню технологічно розвинених країн світу та вимогам інноваційного розвитку [1, 5].

Іншою характерною ознакою сучасного розвитку інноваційних процесів є їх все більше “горизонтальне” поширення, що проявляється у дифузії нових технологій у нові області, їхній взаємодії з іншими технологіями, програмними засобами та інноваціями організаційного й системного характеру. Притаманні сучасній промисловості, особливо високотехнологічним галузям, швидкі зміни технологій, що використовуються та продуктів, що випускаються відображають технологічні прориви, які є результатом наукових досліджень і розробок. При цьому кожен технологічний розв’язок є вихідним пунктом для серії майбутніх. Разом з тим більшість нових технологій вирізняються гнучкістю та можуть бути використані у багатьох галузях економіки, що відкриває широкий спектр вирішення поставлених проблем. А. Гальчинський, В. Геєць та інші відзначають: “Різноманіття різних джерел технологічних знань і зв’язків полегшує комбінування факторів виробництва і стає передумовою будь-якої інновації. Горизонтальне розповсюдження технологій призводить до стирання галузевих відмінностей підприємств, уможливорює їхню діяльність у різних сферах. Водночас, сучасна продукція стає складнішою і поєднує у собі елементи різних технологій. Причому основним фактором, що дозволяє перетинати традиційні границі між галузями, є розвиток інформаційних та телекомунікаційних технологій, які не лише збільшили темп інновацій, але й забезпечили повнішу взаємодію з іншими учасниками інноваційного процесу – споживачами, постачальниками, конкурентами. Фахівці вважають, що такі тенденції будуть існувати і у майбутньому, в результаті чого різні процеси в інноваційній сфері стануть ще більш взаємопов’язаними [3]. Посилення фактора НТП, зростання наукомісткості продукції призводить до зміщення центру конкурентної боротьби із сфери власне виробництва до етапу розробки продукції і технології її створення. Результатом цього процесу є перетворення науково-дослідних робіт у ключовий напрямок діяльності підприємств, що проявляється, перед усім, у постійному характері інвестування у цей вид діяльності, що не залежить від кон’юнктурних коливань. Більшість великих корпорацій проводять як прикладні, так і фундаментальні дослідження, забезпечуючи розробку цілих напрямів НТП, а в деяких, наприклад, в компанії “Еріксон”, чисельність дослідників навіть перевищує чисельність основного персоналу [1].

Важливою ознакою п’ятого циклу інноваційного розвитку є скорочення ринкової фази життєвого циклу багатьох видів продукції. Для багатьох виробів аудіотехніки, наприклад, він не досягає 6 місяців, для копіювальних машин триває в середньому не більше 4 місяців. Поява нових технологій, швидка зміна поколінь продукції спонукає виробників до постійного пошуку нових ідей, розроблення нових виробів. Так, комп’ютерна індустрія США одержує близько 80 % своїх прибутків від товарів, що знаходяться на ринку протягом двох чи менше років. Отже, час перетворився у визначальний параметр інноваційного процесу. Навіть значні інвестиції у дослідження і розробки можуть бути знецінені, якщо конкуренти вийдуть на ринок з продукцією першими. Показники, що демонструються тією чи іншою компанією у “гонці на час”, нерідко представляються у вигляді послідовності цифр. Наприклад, “система 6–3–3” характеризує намагання виробників побутової електроніки звести час виробництва і продажу товару до одного року: 6 місяців – розробка і проектування, 3 місяця – виробництво, 3 місяці – збут. Слід підкреслити, що загальний постійний

тиск на розробників з метою скорочення часу роботи над новою продукцією вимагає додаткових ресурсів та призводить до зменшення прибутків. Це явище отримало в економічній літературі назву “інноваційного парадоксу” – якщо кожен учасник застосовує один і той самий тип стратегії, результатом стає втрата ефективності [5].

Визначальною тенденцією інноваційного розвитку у XXI ст. є різке поглиблення процесів глобалізації, зокрема в інноваційній сфері, про що свідчить зростання міжнародного патентування та частки публікацій наукової літератури, написаної авторами з різних країн, збільшення зарубіжного фінансування НДДКР підприємств, міжнародних науково-технічних проектів тощо. Активно розвиваються такі форми міжнародної співпраці як прямі іноземні інвестиції, злиття та стратегічні альянси компаній різних країн, ліцензування тощо [1]. Створюється міжнародна науково-технологічна інфраструктура, поглиблюється співробітництво вчених, фахівців, науково-дослідних організацій з різних країн. Реалізовані важливі заходи щодо уніфікації систем сертифікації, стандартів, механізмів захисту інтелектуальної власності. Формування транснаціонального інноваційного простору дає змогу скористатись потенційно новими технологічними, ринковими, диверсифікаційними можливостями, забезпечує об'єднання зусиль, ресурсів та координацію робіт у сфері досліджень і розробок, розподіл витрат та зменшення ризиків учасників, в результаті чого спостерігається прискорене економічне зростання, впровадження сучасних технологій і методів управління. Для формування ефективного механізму стимулювання необхідно також виділити фактори, що впливають на розвиток інноваційної діяльності підприємств, їхню інноваційну активність. Такі фактори можна умовно поділити на внутрішні і зовнішні. Перші є характеристиками організації і в більшій чи меншій мірі можуть нею контролюватись. До факторів зовнішнього середовища належать загальне економічне становище у країні, галузі (ринки збуту і постачання, рівень інфляції, ціни на сировину, матеріали, енергоносії, купівельна спроможність споживачів тощо), рівень конкуренції, розвиток фінансових ринків, що визначає доступність для підприємств фінансових ресурсів, державне регулювання економіки (господарське законодавство, система оподаткування, ціноутворення тощо), її галузева структура (зокрема частка високотехнологічного сектору), відкритість економіки та міжнародне співробітництво, що формують загальні умови діяльності підприємств, у тому числі інноваційної, та фактори, що визначають науково-технологічну базу: науково-технологічний розвиток країни, система освіти та підготовки висококваліфікованих кадрів, інноваційна інфраструктура (виробничо-технологічна, фінансова, інформаційна, кадрова, експертно-консалтингова), система стимулювання інноваційної діяльності [4].

До основних внутрішніх факторів підприємств слід віднести інноваційний потенціал, тобто інтегровану сукупність наявних матеріальних і нематеріальних активів, які використовуються для здійснення інноваційної діяльності підприємства, а також такі фактори як перспективне бачення, вміння розпізнавати та передбачати потреби ринку, здатність та бажання накопичувати, аналізувати та використовувати науково-технічну та економічну інформацію, готовність до ризику, інвестиції у людський капітал, внутрішня та зовнішня кооперація та співпраця [5].

Аналіз наукових праць, вітчизняної та зарубіжної практики управління та стимулювання розвитку інноваційних процесів дає змогу визначити основні напрями стимулювання інноваційної діяльності, а саме:

1) вдосконалення нормативно-правової бази у сфері інноваційної діяльності. Інновації як об'єкт правового регулювання є надзвичайно складним та багатогранним явищем. Вони тісно пов'язані з іншими соціально-економічними процесами та відчувають на собі їхній вплив. У своїй основі інноваційна діяльність є підприємницькою, і всі заходи, спрямовані на розвиток підприємництва, активізують й інноваційні процеси. Велике значення для активізації інноваційної діяльності має також обмеження монополії та стимулювання конкуренції.

Встановлення прав на інтелектуальну власність (патентне та ліцензійне право) надає на визначений термін гарантії від несанкціонованого копіювання результатів інноваційної діяльності та забезпечує можливість отримання надприбутку, що є одним із основних стимулів інноваційної діяльності. Дієвим стимулом інноваційної діяльності підприємств є також встановлення державою норм і стандартів щодо екологічності, безпеки та якості продукції. Так, рішення деяких американських штатів про встановлення обов'язкового відсотку продажу екологічно чистих автомобілів у загальному обсязі їх реалізації призвело до створення спеціальних науково-дослідницьких центрів по розробці нових автомобілів та переорієнтації частини виробництва на використання принципово нових технологій. Важливим є також законодавче визначення стратегічних державних пріоритетів інноваційного розвитку, регулювання регіональних, а також міжнародних

аспектів інноваційної діяльності, таких як міжнародний трансфер, міжнародна науково-технічна та інноваційна кооперація, регулювання екологічної та соціальної спрямованості інновацій;

2) стимулювання розвитку інноваційної інфраструктури: фінансової (бюджетні, венчурні, інвестиційні фонди), виробничо-технологічної (технопарки, інноваційно-технологічні центри, бізнес-інкубатори, центри трансферу технологій), інформаційної (бази даних, аналітичні, статистичні інформаційні центри); кадрової (освітні заклади по підготовці та перепідготовці кадрів у сфері інновацій); експертно-консалтингової (надання послуг з питань інтелектуальної власності, стандартизації, сертифікації тощо);

3) фінансова підтримка (стимулювання) інноваційної діяльності, що забезпечує спрямування фінансових потоків в інноваційну сферу, полегшення доступу суб'єктів інноваційної діяльності до фінансових джерел. Більшість вчених-економістів погоджуються, що короткострокові ринкові механізми не сприяють появі довгострокових ініціатив прискореного технологічного розвитку, не здатні забезпечити адекватний, економічно та соціально прийнятний рівень вкладання ресурсів в інноваційну діяльність.

Стимулювання інноваційної діяльності на рівні підприємства вимагає охоплення двох основних напрямів впливу: підвищення економічної віддачі інновацій (оскільки у ринковій економіці важливий не сам по собі інноваційний процес, а його фінансовий результат, що виражається у конкретних показниках ефективності: зростанні прибутку, зниженні витрат, підвищенні якості продукції тощо); стимулювання творчої активності працівників, створення умов для її розвитку. Отже, в загальному стимулювання як управлінський процес зорієнтоване на те, щоби спрямувати діяльність керованого суб'єкта управління на досягнення визначених керуючим органом завдань. Відповідно стимулювання інноваційної діяльності підприємств можна визначити як процес зовнішнього впливу на інтереси підприємств як суб'єктів господарювання та їх працівників, інших учасників інноваційного процесу, передусім суб'єктів фінансування інновацій для появи у них спонукального мотиву у здійсненні інноваційної діяльності та підвищенні її ефективності. Стимулювання інноваційної діяльності підприємств здійснюється як на державному рівні, так і на рівні суб'єктів господарювання.

Література

1. Гаман М.В. Державне регулювання інноваційного розвитку України: [монографія] / М.В. Гаман. – К.: Вид-во НАДУ, 2005. – 388 с.
2. Колот А.М. Мотивація персоналу: підруч. / А.М. Колот. – К.: КНЕУ, 2002. – 337 с.
3. Проблеми та пріоритети формування інноваційної моделі розвитку економіки України / [Я.А. Жаліло, С.І.Архієреєв, Я.Б. Базилюк та ін.]. – К.: НІСД, 2006. – 119 с.
4. Сердюк І.Г. Стимулювання інноваційної діяльності / І.Г. Сердюк // Фінанси України. – 2003. – № 11. – С. 81–90.
5. Тивончук О.І. Особливості розвитку сучасних світових інноваційних процесів / О.І. Тивончук // Вісник НУ “Львівська політехніка” “Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку”. – Львів: Вид-во НУ “Львівська політехніка”, 2003. – № 494. – С. 272–279.

Рецензент доктор екон. наук, професор А.Г. Мендрул