

залежить від ряду факторів, що визначають процес його формування, розвитку та рівень використання. На процес формування інноваційного потенціалу впливають в основному такі фактори, як: стан інноваційного клімату регіону діяльності підприємства; особливості інноваційної діяльності підприємства; розвиненість і гнучкість оргструктури управління інноваційною діяльністю, системи мотивації; оптимізація комплексу маркетингу. Рівень використання інноваційного потенціалу, у свою чергу, залежить від якості прийнятих інноваційних і інвестиційних рішень на кожному етапі інноваційного процесу, а також від ступеня інформаційної забезпеченості цього процесу.

В сучасних умовах управління інноваційним потенціалом підприємства виступає як загальноекономічний чинник раціонального споживання ресурсів та ефективного функціонування виробничої системи. Підприємства, які мають близькі за рівнем потенціали, часто різняться за результатами їх діяльності. В цих умовах різницю в результатах можна пояснити лише неоднаковим ступенем точності цільової орієнтації системи. Інакше кажучи, при інших рівних умовах, величина результату буде тим більшою, чим вдалішою буде система управління інноваційним потенціалом підприємства.

Отже, інноваційний потенціал – це сукупність виробничих, наукових, фінансових, маркетингових, кадрових, організаційних ресурсів і можливостей, що забезпечують готовність і здатність підприємства здійснювати інноваційну діяльність при постійному удосконаленні системи управління нею з урахуванням факторів нестабільності ринкового середовища.

УДК 330.341.1

О.В. Христенко, к.е.н., ст. викладач

В.В. Іваненко, студент

Полтавський національний технічний університет

імені Юрія Кондратюка

МОТИВАЦІЙНИЙ МЕХАНІЗМ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

В умовах ринкової економіки зросло значення активізації інноваційної діяльності, проблем формування інноваційного потенціалу країни, що дозволяє реорганізувати економіку, прискорено розвивати науково-технічну діяльність. Інноваційний підхід дає змогу підприємствам не тільки орієнтуватися на існуючі потреби ринку, а навіть впливати на їх формування. Проте це вимагає від них активної інноваційної діяльності, пошуку чи створення таких інноваційних продуктів, які можуть забезпечити їм тривалі чи суттєві конкурентні переваги. Тому наразі головним завданням для підприємств виступає формування ефективного мотиваційного механізму інноваційної діяльності.

Слід зазначити, що існують різні точки зору відносно трактування поняття «мотивація»: сили, що існують всередині і поза людиною, які збуджують в неї ентузіазм і завзятість у виконанні певних дій; стан особи, що визначає міру активності і спрямованості дій людини в конкретній ситуації; сукупність спонукальних чинників, які викликають активність особи і визначають спрямованість її діяльності. Використання різних стимулів, з метою активізації тих чи інших мотивів в мотиваційній структурі особи, представляє процес стимулювання. Найбільш поширеною формою стимулювання на практиці управління є матеріальне стимулювання. Стимули виступають засобом, за допомогою якого можливо здійснювати процес мотивування, тому не можна змішувати поняття мотиву і стимулу і використовувати їх як рівнозначні [1].

На сьогодні існує потреба у створенні дієвого мотиваційного механізму, який би на базі інтенсифікації розвитку пріоритетних і наукоємних виробництв зміг ефективно спонукати увесь персонал (роботодавців і найманих працівників) до розвитку праці, пов'язаної з розробленням та впровадженням різноманітних інновацій з метою просування на внутрішній і зовнішній ринок конкурентоспроможної продукції [2].

В. Карпенко визначає мотиваційний механізм інноваційної діяльності підприємства як систему зі зворотним зв'язком, яка містить сукупність стимулів, що формують у вищого менеджменту мотиваційні преференції до використання

інновацій як основного засобу здобуття підприємством конкурентних переваг, методів оцінювання досягнутих результатів і способів їхнього врахування у подальших рішеннях для коригування стимулів у разі їх низької ефективності [3].

Основу інноваційного потенціалу підприємства складають кадрові та матеріально-технічні складові, а також наявність науково-технічної й інтелектуальної власності. Можна визначити такі напрямки підвищення інноваційного потенціалу підприємств в сучасних умовах: активізація науково-технічного розвитку шляхом накопичення об'єктів інтелектуальної власності, отримання нових ліцензій, патентів; активна співпраця з провідними галузевими та науково-дослідними інститутами, у тому числі зарубіжними; удосконалення кадрової політики з метою мотивації інноваційної активності персоналу, підвищення кваліфікації, зростання його професійних здібностей та навичок; стратегічна орієнтованість підприємства на інноваційний розвиток; пріоритетне фінансування технічної бази інноваційної діяльності; оптимізація використання природних та енергетичних ресурсів [2].

Отже, умови сьогодення вимагають від підприємств створення такого мотиваційного механізму, який би впливав на дві важливі постаті в інноваційному процесі підприємств, а саме соціально та економічно спонукав до розвитку інноваційної діяльності підприємства. Також є нагальним створення необхідних мотиваційних умов повсякденної інноваційної діяльності, які будуть спонукати персонал до самовдосконалення і тим самим формувати готовність до цієї діяльності.

Список використаних джерел:

1. Виханский О.С. Менеджмент учеб. для вузов / О.С. Виханский, А.И. Наумов. – [3-е изд.]. – М.: Гардарики, 2001. – 528 с.
2. Гринько Т. Щодо інноваційного потенціалу як складової інноваційної активності підприємств / Гринько Т. // Економіст. – 2010. – №2. – С. 56–58.
3. Захарченко В.І. Інноваційний менеджмент: теорія і практика в умовах трансформації економіки: навч. посіб. / В.І. Захарченко, Н.М. Корсікова, М.М. Меркулов. – К.: Центр уч. л-ри, 2012. – 448 с.