

МОТИВАЦІЙНІ ТА СТРИМУЮЧІ ФАКТОРИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Виявлено основні мотиваційні та стримуючі фактори інноваційного розвитку малого підприємництва, проведено SWOT-аналіз чинників впливу на розвиток малого підприємництва, становлення інноваційної моделі економіки України та її регіонів.

Ключові слова: *мале підприємництво, інноваційний розвиток, стимулювання інновацій, мотиваційні чинники інновацій, стратегії інновацій.*

Постановка проблеми. У процесі ринкової трансформації сталий розвиток економіки регіонів України все більше вимагає пошуку шляхів активізації інноваційних процесів у бізнес-середовищі. Адже саме інновації забезпечують широке впровадження у виробництво сучасної техніки та наукомістких технологій, постійне оновлення продукції, цілеспрямоване підвищення її конкурентних параметрів на внутрішньому і зовнішніх ринках. Це породжує нову парадигму суспільної модернізації, коли інноваційні процеси охоплюють не лише сфери науки, освіти та виробництва, а практично всі сторони людської діяльності, що дозволяє прискорити процеси успішної інтеграції країни, її регіонів та господарюючих суб'єктів у світогосподарську систему. Саме тому для становлення інноваційної моделі національної економіки слід активізувати вплив малого підприємництва на ці процеси, оскільки за своєю сутністю воно націлено на нововведення, які є основою прогресивних структурних зрушень в економіці на засадах сталого розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам інноваційного розвитку малого підприємництва присвятили чимало наукових праць такі вітчизняні і зарубіжні вчені, як: О. М. Алімов, О. І. Амоша, Б. В. Буркинський, М. П. Бутко, З. С. Варналій, К. О. Ващенко, В. П. Вишневський, В. Є. Воротін, В. М. Геєць, З. В. Герасимчук, Б. М. Данилишин, М. І. Долішній, С. І. Дорогунцов, В. В. Зянько, І. І. Лукінов, С. В. Мочерний, Т. В. Пепа, М. І. Туган-Барановський, Л. І. Федулова, Л. Г. Чернюк, М. Г. Чумаченко, А. А. Чухно, С. М. Шкарлет, Й. Шумпетер та ін. Проте більша частина наукових напрацювань стосується процесів трансформації затрат у випуск нової продукції реальним сектором економіки, тоді як роль інноваційного підприємництва залишається на рівні дискусій і не знаходить пошуку шляхів його активізації.

Постановка завдання. Мета статті – окреслити найбільш вагомні стримуючі та мотиваційні фактори інноваційного розвитку малого підприємництва в регіонах.

Викладення основного матеріалу дослідження. Забезпечення сталого економічного розвитку завжди було, є і буде основою стратегії

будь-якої країни, оскільки це забезпечує гідне місце країни в світовому економічному співтоваристві та високі життєві стандарти для її громадян. Суть усієї економічної реформи полягає у створенні умов для підвищення сприятливості економіки до інновацій, розвитку інноваційного підприємництва та забезпечення економічного зростання за рахунок використання досягнень науки і техніки. Становлення ринкової системи господарювання в Україні пов'язане з активізацією підприємницької діяльності у всіх сферах економіки. Одним із перспективних напрямів створення нового конкурентно-ринкового середовища є розвиток малого бізнесу. Як свідчить набутий досвід іноземних держав, саме малий бізнес сприяє активізації інноваційних процесів, мобілізації науково-технічних ресурсів, розвитку наукомістких галузей, скороченню безробіття тощо [8, с. 5-14].

Інноваційний шлях розвитку стає об'єктивною необхідністю, зазначає В. Геєць, приймається цілий ряд законів, програм і десятки різних інших документів, спрямованих на поліпшення інноваційної діяльності, але стан її за останні роки не покращується. У цілому в Україні явно недостатня активність органів державної влади в реалізації політики розвитку на інноваційній основі. Більшість органів, які займаються розв'язанням проблем інноваційного розвитку, в тому числі і Національна рада з питань науки, інновацій та сталого розвитку в Україні при Президентові держави, приймають рішення, які згідно з законами України, носять рекомендаційний характер, тому управлінський ефект від їх діяльності невисокий [4, с. 826].

Подібну думку має П. Бубенко: неоліком у прискоренні інноваційних процесів є також те, що «за часів незалежності центральний орган влади, що відповідає за формування та реалізацію державної науково-технічної та інноваційної політики, реформувався надзвичайно багато разів, незважаючи на те, що будь-яка реорганізація практично на півроку «заморожує» продуктивну діяльність управлінців, викликає непорозуміння та розпач у великій кількості науковців і взагалі призводить до занепаду самої науки» [3, с. 32-36].

О. Амоша зазначає, що «...інноваційна діяльність в Україні знаходиться у стані хронічної кризи: спостерігається зниження інноваційної активності підприємств, рівня комерціалізації

розробок, майже відсутні процеси тиражування нововведень. Для досягнення рівня соціально-економічного розвитку країн ЄС Україна повинна в першу чергу значно активізувати інноваційну діяльність, оскільки саме така діяльність спрямована на подолання технічного відставання, переорієнтацію виробничого потенціалу на створення конкурентоспроможних промислових виробництв» [1, с.28-32]. Цей висновок теж підтверджує проблему нововведень на державному рівні і необхідність активізації інноваційної діяльності в Україні.

Існуюча політика щодо забезпечення технологічного прогресу в Україні не відповідає і не відповідає нині логіці ні еволюційного, ні випереджального розвитку, а тому, виходячи з вимог необхідності прискорення економічного розвитку і ліквідації розриву в рівнях розвитку та подолання бідності, надзвичайно важливо змінити існуючу стратегію технологічного процесу зі збіднюючим розвитком на випереджальний розвиток та завоювання окремих ринків у порівняно більш наукомістких для України виробництвах [4, с. 799].

Л. Федулова стверджує, що «відсутність виваженої інвестиційної політики, спрямованої на активне стимулювання розвитку національного промислового виробництва, призводить до негативних наслідків, а брак реально діючих механізмів управління інноваційним розвитком перешкоджає перетворенню науково-технічної сфери в рушійну силу зростання національної економіки» [15, с. 4]. «Брак реальної науково-промислової політики протягом усього періоду радикальних економічних перетворень, що виявилось в слабкій структурованості цілей і

недостатності заходів прямої та непрямой підтримки інноваційної діяльності, призвів до того, що частка промислових підприємств, де впроваджуються інновації, катастрофічно знизилася. Нині, за статистикою, вона становить 10%, тоді як у розвинених економіках нормою вважається 60-80%» [15, с. 29].

Низький рівень активності інноваційного малого підприємництва спричинений загостренням багатьох проблем (рис. 1).

На об'єктивні причини підвищення активності діяльності інноваційного підприємництва звертає увагу В. Зянько. Основними з них він вважає [6, с.118-119]:

- значне посилення ролі інтенсивних чинників розвитку виробництва, що сприяють застосуванню останніх досягнень науково-технічного прогресу у всіх сферах економічної діяльності;
- зростання ролі науки й освіти у підвищенні ефективності розробок і освоєння нововведень;
- швидкі темпи морального старіння техніки і технології, що зумовлюють об'єктивну необхідність прискорення впровадження винаходів і розробок та одночасно суттєве скорочення термінів створення й освоєння нової техніки, технології тощо;
- підвищення вимог до технічного рівня виробництва і т.д.

Наводячи ці думки видатних учених, ми бачимо, що причин для активізації інноваційної діяльності в державі більш ніж достатньо і їх можна розділити на дві категорії: перша – об'єктивна, широко висвітлена автором В. Зянько, друга – суб'єктивна, пов'язана з небажанням (неможливістю) широкого впровадження інновацій малим бізнесом.

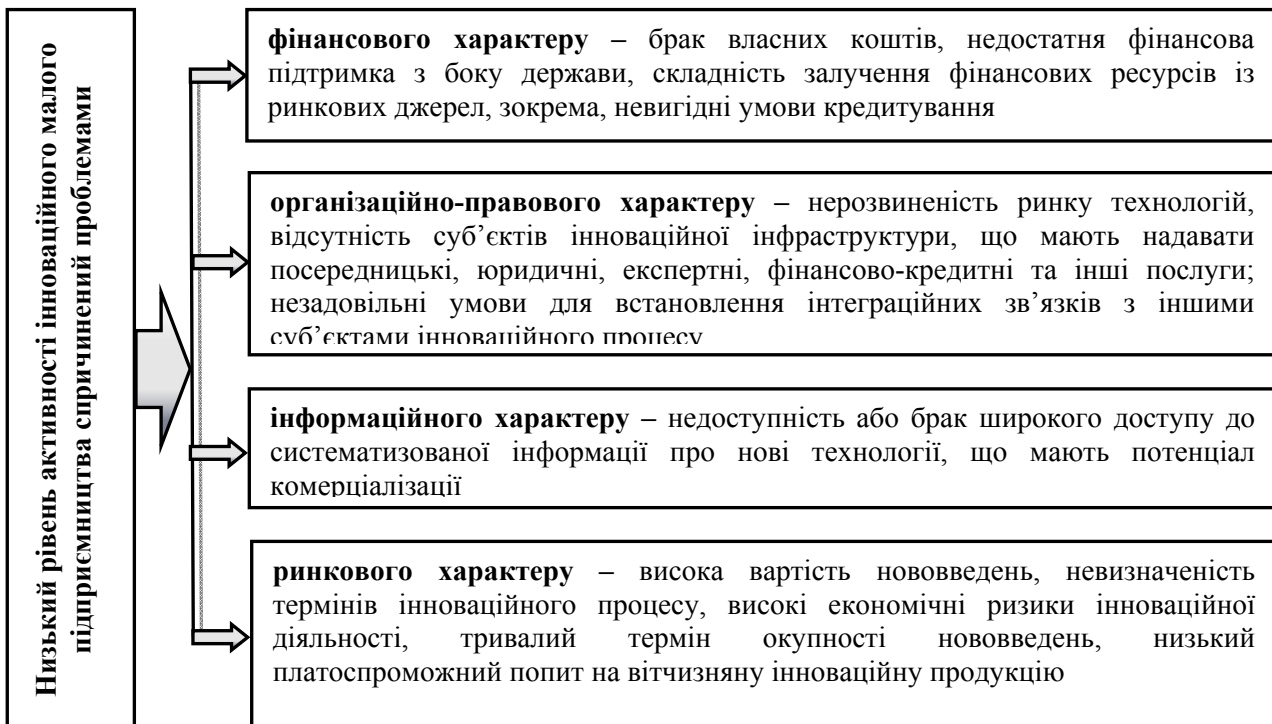


Рис. 1. Причини низького рівня активності інноваційного малого підприємництва

У найближчій перспективі, на думку провідних російських учених, доволі чітко окреслюються контури двох варіантів довгострокової стратегії – інерційно-ринкової, яка абсолютизує могутність ринку за пасивної ролі держави, та інноваційно-проривної.

Стратегією інноваційного прориву передбачено зосередження зусиль народу, держави, бізнесу на освоєнні принципово нових, конкурентоспроможних технологій і продуктів, інноваційному оновленні критично застарілого виробничого апарату, переході на інноваційний

шлях розвитку, підвищення ролі та відповідальності держави за вибір і реалізацію стратегії, освоєння й застосування нової техніки і технології, за ефективність інтеграційних процесів, сприяння зростанню інноваційної активності підприємств, учених, конструкторів, інженерів. Лише таким чином можна забезпечити високі темпи зростання та соціальний розвиток країни [15, с. 36-37].

На рис. 2 наведено мотиваційні фактори інноваційного розвитку малих підприємств.



Рис. 2. Мотиваційні фактори інноваційного розвитку малих підприємств

До переваг малих підприємств в інноваційній сфері можна віднести:

- у малих формах підприємництва створюються найбільш сприятливі умови для творчості, які самі по собі носять індивідуальний характер;

- у малих підприємствах винахідник, власник і менеджер часто виступають в одній особі, що в значній мірі практично знімає основне протиріччя корпоративного управління;

- виробничу діяльність малих інноваційних підприємств відрізняє їх вузька предметна спеціалізація, що припускає концентрацію зусиль і

коштів на заключних стадіях створення нововведення і на перших етапах його поширення. Це означає, що фактично підприємство починає науково-виробничу діяльність відразу з дослідно-конструкторських розробок, мета яких – досягти високої технологічності виробу і швидко налагодити його промислове виготовлення;

➤ питомі витрати на НДДКР у малих високотехнологічних підприємств нерідко у кілька разів перевищують аналогічний показник великих підприємств, що сприяє їх більш швидкій ефективній появі на ринку інновацій;

➤ винахідницьким групам малих підприємств досить часто доводиться працювати в областях, в яких дослідники не є професіоналами через обмеженість підприємства в кадрах, оскільки невелике підприємство не в силах залучати фахівців у різних галузях діяльності, а це часто сприяє виникненню нових оригінальних новаторських ідей і нового підходу до вирішення проблем;

➤ нові інформаційні технології створюють малим підприємствам сприятливі умови функціонування, раніше можливі тільки в рамках великих підприємств.

Економічна теорія та практика мають дуже широкий вибір стимулювання активності інноваційного підприємництва. Проблема полягає у тому, щоб з урахуванням ситуації в країні вибрати найприйнятніші з них, які б задовольнили індивідуальні, колективні, регіональні й державні інтереси та сприяли інноваційному розвитку.

У більшості країн світу право власності є одним з головних чинників суспільного розвитку, тому в ринковому середовищі серед багатьох форм власності переважає саме приватна. Власність являє собою основний внутрішній стимул, який направлений на ефективне господарювання (ведення бізнесу) через раціональне використання наявних ресурсів і часу.

Приватна власність, будучи джерелом доходів для власника й основою, що забезпечує його незалежну поведінку, служить потужним стимулом до високоефективної діяльності тих господарських суб'єктів, що безпосередньо розпоряджаються власністю, тобто виступають справжніми господарями. Володіння і розпорядження власністю сприяє відродженню промисловості, підвищує зацікавленість до підприємницької діяльності, оскільки дозволяє повною мірою використати потенціал суб'єкта-власника і підприємця. Для більшості підприємців робота пов'язана з їх власною справою, і працюють вони винятково на себе. Підприємець-власник не просто працює, він постійно «включений» у проблеми своєї фірми, щиро вболіває за них, прагне будь-що підвищити свою кваліфікацію та якість роботи [6, с.115].

Власність є внутрішнім стимулом, який постійно зобов'язує підприємця ефективно управляти своїм бізнесом, раціонально використовувати задіяні матеріальні і трудові ресурси.

З приватною власністю пов'язаний і такий дуже сильний внутрішній стимул, як прагнення підприємця-власника до забезпечення економічної стабільності і сталого розвитку свого підприємства.

На думку німецького економіста Петера Х. Верхана, прибуток не є основним і єдиним внутрішнім стимулом для підприємця, хоча він, зазвичай, відіграє важливу роль у його роботі. Він відносить до спонукальних мотивів сімейні почуття, прагнення оволодіти міцними позиціями на ринку, а також потяг до громадського визнання і, звичайно, збереження розпочатої справи.

І все ж, одним з наймогутніших важелів зацікавленості підприємця у вдосконаленні та оновленні виробничого процесу, підвищенні продуктивності праці, якості вироблених товарів та зниження їх собівартості виступає додаткова величина одержуваного прибутку. Від розміру прибутку, який отримує підприємець за свою економічну діяльність, залежить його добробут і стабільність розвитку підприємства. До того ж добробут підприємця і стабільність його фірми взаємопов'язані, що змушує підприємця використовувати одержаний прибуток не лише на задоволення особистих потреб, а й здійснювати інвестиції у нововведення, займатися вдосконаленням системи оплати праці працівників підприємства, тощо [6, с. 126-127].

Основним орієнтиром підприємницької діяльності в умовах ринкового господарства завжди є рентабельність самостійного підприємства. Для вирішення цього завдання підприємець з відверто корисливих прагнень має добиватися прибутку. Коректним способом отриманий прибуток є мірилом успішної підприємницької діяльності. Тільки прибуток дозволяє підприємцю забезпечити існування його підприємства, а також йти на ризик запровадження сприяючих зростанню нововведень.

Центральним поняттям, що виражає сутність ринкових відносин, є поняття конкуренції. Конкуренція – це найважливіша ланка всієї системи ринкового господарства. Стимулом, що спонукає людину до конкурентної боротьби, є прагнення перевершити інших. Як економічна категорія, конкуренція – це боротьба між товаровиробниками за найвигідніші умови виробництва і збуту товарів та послуг, за привласнення найбільших прибутків [9, с.182]. Вона є одним із найсильніших об'єктивних стимулів, що спонукає підприємців підтримувати свій бізнес на належному рівні. На думку В. В. Зянька, «конкуренція є джерелом інновацій, вона змушує виробників постійно шукати більш прогресивні способи організації виробничої діяльності, можливості втілення нової техніки та новітніх технологій, вишукувати альтернативні варіанти використання ресурсів тощо. Бажання одержати вигоду штовхає підприємця до виробництва продукції, що найкраще задовольняє суспільні потреби. Якщо ринок сигналізує виробникам товарів і власникам ресурсів про бажання споживачів, то конкуренція сприяє, щоб ці

бажання задовольнялися з найбільшою повнотою» [6, с.116].

Нововведення є основним фактором економічного росту і саме гонитва за прибутком лежить в основі більшості нововведень [7, с.184]. Економічна конкуренція діє як невидимий контроль ринку, стимулюючи зростання масштабів виробництва, зниження виробничих витрат, покращення якості продукції. Виконуючи роль економічного каталізатора виявлення справжніх підприємств, конкуренція змушує проявляти кмітливість, бути новатором, йти на ризик, і в цьому значенні вона виступає потужним та ефективним чинником науково-технічного прогресу та активізації інноваційного підприємництва. Коли економічна конкуренція затухає чи зникає зовсім, власник капіталу перетворюється на монополіста і, відповідно, діє, виходячи зі своїх приватних інтересів. Маючи можливість одержувати монопольний прибуток за рахунок простого підвищення ціни на свої товари, його мотиви до підвищення якості, розширення асортименту і постійного оновлення продукції з метою кращого задоволення потреб споживачів поступово згасають [6, с.117].

Конкуренція – об'єктивний економічний закон розвинутого товарного виробництва, дія якого для товаровиробників є зовнішньою примусовою силою до підвищення продуктивності праці на своїх підприємствах, розширення масштабів виробництва, прискорення НТП, впровадження нових форм організації виробництва і систем заробітної плати. Під конкуренцією розуміють змагання суб'єктів господарювання, коли їхні самостійні дії обмежують можливості кожного з них впливати на загальні умови реалізації товарів на ринку і стимулюють виробництво тих товарів, яких потребує споживач [2, с.108-112].

Отже, конкуренція є суттєвим стимулом для підприємств, які бажають успішно працювати і тримати свій бізнес у конкурентоспроможному стані. Вона примушує постійно вдосконалювати організацію виробництва, техніку і технології, стимулює покращення якості продукції, знижує витрати на виробництво і ціни на товари та послуги, збільшує асортимент товарів, а також сприяє витісненню з виробництва неякісних товарів та послуг, закриває неефективні підприємства, запобігає диктату виробників-монополістів, а тих, хто не хоче або не може приймати конкуренцію як об'єктивну реальність і своєчасно на неї реагувати, доводить до банкрутства.

Тому кожний підприємець, який зацікавлений у стабільній роботі своєї фірми чи підприємства, повинен постійно проявляти турботу про вдосконалення виробництва, освоєння нових видів продукції і покращення якості існуючих, освоєння нових технологій, працювати над покращенням споживчих властивостей. Тобто економічна конкуренція являє собою один із основних потужних мотивів розвитку інноваційного підприємництва.

Після розгляду об'єктивних внутрішніх стимулів – володіння власністю, прагнення перемоги в економічній боротьбі своїх конкурентів, забезпечити економічну стабільність і зберегти розпочату справу – можна зробити висновок, що тільки внутрішніх стимулів є недостатньо для активізації інноваційного підприємництва. Для того, щоб впливати на діяльність підприємця, активізувати її в потрібному для держави і суспільства напрямку (в цьому разі інноваційному), потрібна чітко діюча система зовнішніх економічних стимулів, яка б була мотивом і визивала інтерес підприємців до постійної активізації інноваційної діяльності.

На думку Б. Заболоцького, стимулювання інновацій це – «система заходів із забезпечення зацікавленості виробників, працівників, керівників регіонів і держави у прискоренні розробки, освоєння та розповсюдження нової техніки і технологій, заміні застарілих основних фондів, видів продукції, методів господарювання» [5, с.254].

Активність підприємницької діяльності залежить від економічних інтересів підприємця і держави. Економічний інтерес є породженням і соціальним проявом потреби, він є об'єктивним і матеріальним. Він виникає завжди, коли задоволення потреби ставиться за мету (збільшення прибутку, володіння певним товаром, розширення виробництва тощо). Можна виділити державні, соціальні, групові, особисті та інші інтереси.

Особистий інтерес охоплює потреби, що пов'язані з реалізацією бажань, які відносяться до приватної власності: володіння, користування, управління, отримання доходів. Дії людей виникають з їх потреб та інтересів. Підприємець, як і кожна людина, є носієм одночасно різних інтересів – державних, суспільних, трудових і особистих. Вони всі дуже пов'язані між собою. Якщо не задовольнити інтереси споживача, підприємцю важко буде забезпечити власні інтереси. Це стосується і задоволення державних інтересів (сплати податків, зборів тощо). Має бути забезпечений баланс інтересів – це є основою успішного розвитку.

Аналізуючи багатогранність економічних інтересів можна сказати, що підприємець буде мати мотив (внутрішню рушійну силу) і стимул (зацікавлення у здійсненні певної діяльності) до активізації інноваційної діяльності при такій державній політиці, коли будуть узгоджені економічні інтереси держави, суспільства і підприємця. Економічні інтереси є причиною та умовою взаємодії та розвитку всіх, без винятку, суб'єктів господарювання.

Тобто за ринкових відносин значну роль у розвитку підприємницької діяльності взагалі та інноваційної, зокрема, відіграє система економічного стимулювання. У зв'язку з тим, що основний економічний інтерес підприємця – це отримання максимального доходу з його підприємницької діяльності (прибутку, дивідендів, відсотків тощо), важливе місце в системі

економічного стимулювання займають фінансові важелі та інструменти. До них можна віднести: ціни на товари та послуги, податки, пільги, дотації, субсидії, банківські відсотки, заохочувальні фонди, мита, різні збори, нормативи, штрафи тощо.

Велику роль в економічному стимулюванні інноваційної діяльності займає ціноутворення. В умовах ринку ціна на товар, у тому числі інноваційний, визначається попитом. Виробник (продавець) намагається продати якнайбільше товару за якнайвищу ціну. Споживач (покупець) намагається купити якнайбільше товару за якнайменшу ціну. Компромісну (реалізаційну) ціну вони узгоджують між собою, зіставляючи кожен свою вигоду, інтерес, отриманий чи очікуваний економічний результат, тобто стимул. У цінах на продукцію машинобудування, нову техніку, матеріали, сировину враховується економічна ефективність машин та устаткування [5, с. 255]. Виробник, який працює на новому інноваційному обладнанні, може дозволити собі знизити ціну на товар, оскільки у нього нижчі затрати на її виробництво і він має явні переваги над конкурентами, які собі цього дозволити не можуть. Ми знову бачимо, як конкуренція стимулює інноваційну активність для того, щоб успішно працювати на ринку.

У прискоренні інноваційного шляху розвитку значну роль відіграє і політика держави в питанні оплати праці, що дозволяє формувати у населення відповідні навички та мотиви до високопродуктивної, творчої праці. Таким чином, на шляху впровадження інноваційної моделі розвитку економіки в Україні важливим є створення умов, що дозволять основній масі населення надати можливість завдяки своєму рівню знань та кваліфікації отримати вигоду від активізації власної діяльності щодо розповсюдження новітніх технологій, які мають інноваційний характер. Дуже великі відрахування з фонду оплати праці (понад 40%) не викликають бажання (можливості) керівників підприємств і підприємців до підвищення заробітної плати працівникам, стримуючи купівельну спроможність населення і розвиток внутрішнього ринку.

Розглянемо чинники позитивного та негативного впливу на розвиток інноваційного підприємництва в Україні (табл. 1).

Творцем інновацій є насамперед людина з відповідним рівнем освіти, кваліфікації і творчими задатками. Система стимулювання повинна сприяти творчому прояву зайнятих у цій сфері. Без належної винагороди за створення нових засобів виробництва, праці і технологій активізувати інноваційну діяльність загалом дуже складно.

Таблиця 1

SWOT-аналіз чинників впливу на інноваційний розвиток малого підприємництва в Україні

Внутрішнє середовище	Сильні сторони (S)	Слабкі сторони (W)
	<ul style="list-style-type: none"> ✓ домінуюча приватна власність; ✓ економічна конкуренція між виробниками продукції та наданням послуг; ✓ визнання державою інноваційного розвитку як пріоритетного напрямку економічної політики; ✓ наявність законів і нормативних актів достатніх для діяльності малого підприємництва в ринковій економіці 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ екстенсивні чинники економічного зростання майже вичерпані; ✓ недостатність чіткої, виваженої, послідовної, активної політики держави в інноваційному розвитку економіки; ✓ постійні реорганізації органів державної влади, що відповідають за інноваційну політику в країні; ✓ нестача та недоступність фінансових ресурсів, високі відсотки банківських кредитів; ✓ відсутність податкових пільг для підприємств, які випускають інноваційну продукцію; ✓ недосконалість системи амортизації основних фондів, відсутність прискореної амортизації; ✓ нестабільність податкової та законодавчої бази, яка регулює інноваційну діяльність; ✓ недостатня фінансова підтримка з боку держави інноваційної діяльності загалом і в малому підприємстві, зокрема; ✓ відсутність бази даних та широкого доступу до систематизованої інформації про нові технології, продукцію, послуги, які мають інноваційний характер
Зовнішнє середовище	Можливості (O)	Загрози (T)
	<ul style="list-style-type: none"> ✓ інноваційно-проривний розвиток, створення нової форми економіки – інноваційної, забезпечення сталого економічного зростання; ✓ Україна у своєму економічному стані може наблизитись до розвинених країн світу; ✓ висока конкурентоспроможність вітчизняної продукції на міжнародному рівні, значне поліпшення соціального стану населення 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ інерційно-ринкова (консервативна) стратегія розвитку економіки; ✓ «відкат» держави на периферію світового економічного розвитку; ✓ використання України іншими державами як джерела енергосировинних ресурсів та ринку збуту своєї продукції; ✓ втрата конкурентоспроможності економіки та її залежність (підпорядкування) передовим країнам світу

Висновки. Роль малого підприємництва в інноваціях багатогранна, з одного боку, воно забезпечує інноваційні процеси в економіці, сприяючи вдосконаленню виробництва та управління, з іншого – будучи безпосередньо залученим у виробництво наукомісткої продукції, породжує попит на нові розробки, забезпечуючи безперервний прогрес. Мале інноваційне підприємство забезпечує швидкість технологічних змін, і тому має перевагу перед великими корпораціями у випадку, коли треба динамічно комерціалізувати новітні технології чи задовольнити інноваційний попит споживачів.

Інноваційна діяльність малого підприємництва в Україні знаходиться на досить низькому рівні.

Причиною такого стану є непослідовна і недостатня політика держави до інноваційного розвитку економіки, відсутність чіткої концепції національних інноваційних пріоритетів, а також системного підходу до інноваційної діяльності. Держава повинна зайняти активну позицію у створенні загальнонаціонального попиту на інновації, впровадити таку систему стимулювання, яка, не потребуючи значних видатків з бюджету, була б здатна постійно і на високому рівні підтримувати інноваційну активність малого підприємництва.

Список літератури

1. Амоша О. Інноваційний шлях розвитку України: проблеми та рішення / О. Амоша // Економіст. – 2005. – № 6. – С. 28-32.
2. Борисенко З. Монопольне становище підприємств на ринку / З Борисенко // Статистика України. – 2002. – № 3. – С. 8-12.
3. Бубенко П. Т. Що заважає прискоренню інноваційних процесів в Україні? / П. Т. Бубенко // Проблеми науки. – 2000. – № 11. – С. 32-36.
4. Геєць В. М. Суспільство, держава, економіка : феноменологія взаємодії та розвитку / В. М. Геєць. – К. : Ін-т екон. та прогнозув. НАН України, 2009. – 864 с.
5. Заболоцький Б. Ф. Економіка і організація інноваційної діяльності : навч. посіб. / Б. Ф. Заболоцький. – Львів : Новий Світ. – 2000, 2007. – 456 с.
6. Зянько В. В. Інноваційне підприємство в Україні: проблеми становлення і розвитку: монографія / В. В. Зянько. – Вінниця : УНІВЕРСУМ – Вінниця, 2005. – 263 с.
7. Макконнел К. Р. Экономикс : принципы, проблемы и политика: учеб.: в 2 т. / К.Р. Макконнел, С.Л. Брю; Н. Н. Барышникова (пер. с англ.) – 13-е изд. – М. : Инфра – М, 2003.
8. Малий інноваційний бізнес: стан, проблеми та перспективи розвитку: програма круглого столу. – К. : Державне агентство з питань науки, інновацій та інформатизації України, 2011. – 78 с.
9. Основи економічної теорії / за ред. С. В. Мочерного. – К : Академія, 1997. – 464 с.
10. Попело О. В. Методологія оцінки ролі малого підприємництва в інноваційному розвитку регіону / М. П. Бутко, О. В. Попело // Регіональна економіка. – 2012. – № 3. – С. 67-74.
11. Попело О. В. Напрями стимулювання інноваційної діяльності малого підприємництва. / О. В. Попело // Матеріали Х Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів, аспірантів і докторантів «Менеджмент підприємницької діяльності» (м. Сімферополь, 3-4 квіт. 2012 р.). – Сімферополь : ДИАЙПИ, 2012. – С. 131-133.
12. Попело О. В. Роль малого підприємництва у прискоренні процесів інноваційного розвитку в Україні / М. П. Бутко, О. В. Попело // Економіст. – 2011. – № 5. – С. 49-53.
13. Про інноваційну діяльність : Закон України від 04.07.2002 №40-IV. // Відомості Верховної Ради України. – 2002. – № 36. – Ст. 266.
14. Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні: закон України від 08.09.2011 № 3715-VI // Відомості Верховної Ради України. – 2012. – № 19-20. – Ст.166.
15. Федулова Л. І. Інноваційна економіка : підруч. / Л. І. Федулова – К. : Либідь, 2006. – 480 с.

Анотація

Ольга Попело

МОТИВАЦИОННЫЕ И ИСДЕРЖИВАЮЩИЕ ФАКТОРЫ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Выявлены основные мотивационные исдерживающие факторы инновационного развития малого предпринимательства, проведен SWOT-анализ факторов влияния на развитие малого предпринимательства и становления инновационной модели экономики Украины и ее регионов.

Ключевые слова: малое предпринимательство, инновационное развитие, стимулирование инноваций, мотивационные факторы инноваций, стратегии инноваций.

Summary

Olga Popelo

THE MOTIVATION AND CONSTRAINTS OF INNOVATIVE SMALL ENTERPRISE DEVELOPMENT HAVE BEEN DEFINED

The basic motivation and constraints of innovative small enterprise development have been defined, SWOT-analysis of the factors influencing the development of small business and the formation of an innovative model of Ukraine and its regions economy has been conducted.

Keywords: small enterprise, innovative development, the stimulation of innovations, motivative factors, strategies of innovations.