

безпеки) та аутсайтери (інвестори, кредитори, бізнес-партнери підприємства, органи місцевої влади, конкуренти) підприємства. Виділення окремих суб'єктів використання оцінок об'єктів економічної безпеки дає змогу конкретизувати їхні інформаційні потреби і забезпечити цільову орієнтацію оцінювання об'єктів економічної безпеки підприємства.

Зацікавленість суб'єктів використання інформації про економічну безпеку підприємства в її отриманні різна, у тому числі за часовими горизонтами, додатковою інформацією та характеристиками її надання.

Визначення суб'єктів використання інформації про економічну безпеку підприємства є підставою для забезпечення цільового змісту оцінювання в економічній безпекології мікрорівня, гнучкості її системи оцінювання та адресності оцінок.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Вахлакова В.В. Економічна безпекологія: становлення науки / В.В. Вахлакова // Проблеми економіки. – 2017. – № 1. – С. 290–290.
2. Білошкурська Н.В. Комплексні моделі оцінки економічної безпеки підприємств / Н.В. Білошкурська // Системи обробки інформації. – 2012. – № 4 (102). – Т. 2. – С. 9–11.
3. Венглюк І.В. Аналіз методів визначення та оцінки соціально-економічної безпеки підприємства / І.В. Венглюк // Економічний аналіз. – 2014. – Т. 15. – № 2. – С. 247–256.
4. Карачина Н.П. Методичний інструментарій оцінювання економічної безпеки підприємства / Н.П. Карачина // Логістика. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – 2010. – № 690. – С. 302–309.
5. Маслак О.І. Підходи щодо оцінювання рівня економічної безпеки підприємств / О.І. Маслак, Н.Є. Гришко // Вісник КрНУ імені Михайла Остроградського. – 2011. – № 6 (71). – Ч. I. – С. 183–187.
6. Ткаченко А.М. Оцінка рівня економічної безпеки підприємства / А.М. Ткаченко, О.Л. Резніков // Вісник економічної науки України. – 2010. – № 1 (17). – С. 101–106.
7. Ілляшенко О.В. Механізми системи економічної безпеки підприємства: [монографія] / О.В. Ілляшенко. – Харків: Мачулін, 2016. – 504 с.
8. Гавловська Н.І. Економічна безпека зовнішньоекономічної діяльності промислових підприємств: оцінювання, моделювання, механізм забезпечення: [монографія] / Н.І. Гавловська. – Хмельницький: ФОП Мельник А.А., 2016. – 480 с.
9. Дамодаран А. Инвестиционная оценка. Инструменты и техника оценки любых активов / А. Дамодаран; 2-е изд.; пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес, 2004. – 1342 с.
10. Россшанська О.В. Оцінювання економічної безпеки інноваційно-проектно-орієнтованих підприємств: [монографія] / О.В. Россшанська. – Северодонецьк: СЛУ ім. В. Даля, 2016. – 350 с.
11. Вахлакова В.В. Функціональне призначення оцінювання в економічній безпекології мікрорівня / В.В. Вахлакова // Інноваційна діяльність та економічна безпека підприємств: [монографія]; за заг. ред. Л.М. Савчук, Д. Фіц. – Дніпро: Пороги, 2017. – С. 281–289.

УДК 658.589.011

Головчук Ю.О.
аспірант кафедри менеджменту
Хмельницького національного університету

МОТИВАЦІЙНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Проаналізовано динаміку витрат і результатів інноваційної діяльності промислових підприємств України за 2010–2015 рр. і зроблено висновок про зниження її ефективності. Аргументовано, що це зумовлено недостатньою вмотивованістю менеджменту до розвитку інноваційного потенціалу підприємств. Охарактеризовано мотиваційне підґрунтя поведінки груп стратегічного впливу під час формування інноваційного потенціалу промислового підприємства за його структурними складниками.

Ключові слова: інноваційний потенціал, мотивація, підприємство, організаційні відносини, системна довіра, опортуністична поведінка.

Головчук Ю.А. МОТИВАЦИОННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Проанализировано соотношение затрат и результатов инновационной деятельности промышленных предприятий Украины в 2010–2015 гг., что послужило выводом о снижении ее эффективности. Аргументировано, что это вызвано недостаточной мотивацией менеджмента предприятий к развитию их инновационного потенциала. Дана характеристика мотивационной основы поведения групп стратегического влияния относительно формирования инновационного потенциала предприятия по его структурным составляющим.

Ключевые слова: инновационный потенциал, мотивация, предприятие, организационные отношения, системное доверие, опортунистическое поведение.

Holovchuk Y.O. THE MOTIVATIONAL CHARACTERISTICS OF THE INNOVATIVE POTENTIAL OF THE INDUSTRIAL ENTERPRISES

In the article the dynamics of charges and results of innovative activity of the industrial enterprises in Ukraine for 2010–2015 is analysed and conclusions about the decline of its efficiency is drawn. Argued, that it is caused by insufficient motivation of management to develop the innovative potential of enterprises. Motivational causes of behavior of groups of strategic influence is described at forming of innovative potential of industrial enterprise after its structural constituents.

Keywords: innovative potential, motivation, enterprise, organizational relations, system trust, opportunism behavior.

Постановка проблеми. Стала позитивна динаміка сучасного підприємства, що працює на висококонкурентних ринках, можлива за активної інноваційної

діяльності, результатом якої є створення продукції у відповідь на зміну вимог і запитів споживачів. Прискорення темпів науково-технічного прогресу, що

має місце в останні десятиліття у зв'язку зі стрімким розвитком інформаційних технологій і їх проникненням у всі сфери людської діяльності, робить можливим швидко поширення інформації про новинки, які з'явилися на ринку, серед усіх зацікавлених осіб – чи то споживачів, чи то виробників товарів. Своєю чергою, це спонукає споживачів до перегляду своїх переваг у сфері споживання, а виробників примушує змінювати характеристики здійснюваних бізнес-процесів, щоб привести їх у відповідність до нових вимог середовища господарювання. Останнє вдається робити швидко і результативно тим підприємствам, що мають високий інноваційний потенціал.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання формування і нарощування інноваційного потенціалу підприємств, що працюють на високодинамічних ринках зі значним рівнем конкуренції є об'єктом досліджень багатьох сучасних науковців. Зокрема, серед сучасних дослідників цими питаннями займалися І. Балабанов [1], Г. Баженов і О.А. Кисліцина [2], В. Верба [3], Н. Сиротинська [4], І. Федулова [5], В. Чабан [6], Л. Шаміна [7] та ін. Ними визначено сутність [1; 4; 5; 7], основні складники інноваційного потенціалу [1–3] і сформовано науково-методичні підходи до оцінювання його рівня виходячи з виділених структурних характеристик [2; 3; 6]. Проте інноваційний потенціал підприємства здебільшого розглядається дослідниками з позицій ресурсної бази інноваційної діяльності. При цьому недостатньо уваги приділяється питанням мотиваційного забезпечення його формування і розвитку. Разом із тим доцільно висловити припущення, що саме мотиваційний складник інноваційного потенціалу є недостатньо дієвим його елементом, що зумовлює низьку інноваційну активність і недостатні результати інноваційної діяльності більшості вітчизняних промислових підприємств.

Мета статті полягає у визначенні характеристики мотиваційного складника інноваційного потенціалу промислового підприємства і можливостей управління структурою мотивації персоналу підприємства в контексті формування й розвитку його інноваційного потенціалу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Інноваційний потенціал здебільшого розглядається у науковій літературі з позицій ресурсного складника внутрішнього середовища як «сукупність різних видів ресурсів, необхідних для здійснення інноваційної діяльності» [1, с. 208; 4] або таких, що можуть бути використані «для досягнення цілей економічних суб'єктів» [8, с. 111]. Поняття «інноваційний потенціал» підприємства за своїм змістом дуже близьке

до поняття «потенціал». Однак якщо потенціалом підприємства у широкому розумінні можна вважати його «здатність до стабільної виробничої діяльності в межах обраної стратегії і спроможність своєчасно й адекватно реагувати на зміни зовнішнього середовища» [1, с. 208], то інноваційний потенціал є тим складником внутрішнього середовища підприємства, що забезпечує його розвиток як виробничо-господарської системи, інноваційне оновлення й удосконалення тих процесів, що слугують для створення споживчих цінностей.

Прихильники ресурсного підходу наголошують на тому, що без належного фінансування інноваційної діяльності не можна очікувати, що її результати будуть значимі. Звичайно, таке твердження є справедливим, особливо для вітчизняних реалій, коли інноваційна діяльність фінансується за принципом залишковості. Однак, як справедливо зауважують Г. Баженов та О. Кисліцина, «самі по собі витрати на нововведення ще не свідчать про величину інноваційного потенціалу, адже можна витратити більше коштів, але отримати неістотні результати» [2]. Підтвердженням цьому слугує динаміка інноваційних витрат вітчизняних промислових підприємств порівняно з показниками обсягів доходів від реалізації промислової продукції, у тому числі інноваційної (табл. 1) [9; 10].

Як видно із наведених даних, віддача від інноваційних витрат не завжди збільшується за зростання обсягу цих витрат. Так, зростання у 1,8 рази витрат на інновації в 2011 р. не поліпшило здатність підприємств випускати інноваційну продукцію. Навпаки, віддача від інноваційних витрат зменшилася до 3,46 грн. проти 5,03 грн. у 2010 р., при цьому частка інноваційної продукції у загальному обсязі промислової залишилася на тому ж рівні, що й у попередньому 2010 р. У наступні роки віддача від інноваційних витрат дещо зросла, однак це не було зумовлено зростанням обсягів цих витрат. Навпаки, вони зменшувалися до 2014 р. У 2015 р. інноваційні витрати зросли порівняно з 2014 р. у 1,79 рази, а частка інноваційної продукції знизилася до 1,4% від загального обсягу промислової продукції і забезпечила віддачу лише 1,77 грн./грн. інноваційної продукції проти попереднього 4,51 грн./грн. у 2014 р. Приблизно така ж тенденція віддачі від інноваційних витрат і стосовно загального рівня реалізації промислової продукції (що певною мірою характеризує вплив інноваційного лагу на ефективність інноваційної діяльності).

Отже, наведені дані підтверджують зроблене вище твердження про те, що нарощування інноваційного

Таблиця 1

Динаміка витрат і результатів інноваційної діяльності промислових підприємств України

Показники	Роки					
	2010	2011	2012	2013	2014*	2015*
Обсяг реалізації промислової продукції, млрд. грн.	1065,11	1305	1367	1322	1389,1	1742,2
Витрати інноваційної діяльності промислових підприємств, млрд. грн.	8,045	14,334	11,481	9,563	7,696	13,814
Частка інноваційної продукції, %	3,8	3,8	3,3	3,3	2,5	1,4
Обсяг реалізованої інноваційної продукції, млрд. грн. *	40,5	49,6	45,1	43,6	34,7	24,4
Відношення обсягу реалізації інноваційної продукції до витрат на здійснення інноваційної діяльності, грн./грн.	5,03	3,46	3,93	4,56	4,51	1,77
Відношення загального обсягу реалізації промислової продукції до витрат на здійснення інноваційної діяльності, грн./грн.	132,4	91,0	119,1	138,2	180,5	126,1

*Без урахування підприємств, які перебувають на тимчасово окупованих територіях Донецької та Луганської областей і АР Крим.

Джерело: побудована автором на основі [9; 10]

потенціалу не може бути забезпечене лише збільшенням фінансування інноваційної діяльності. І навіть якщо дотримуватися ресурсного підходу, то для оцінювання інноваційного потенціалу важливо обрати не показники витрат, а показники результативності. Звідси, частина науковців пропонує визначати інноваційний потенціал як сукупність певних параметрів, що характеризують інноваційну діяльність підприємства. Це бачимо, наприклад, у Г. Баженова та О. Кисліциної [2], які пропонують використовувати для цього диференційовану за видами ресурсів сукупність показників, що відображають результати інноваційних процесів (наукомісткість виробництва, рівень якості та конкурентоспроможності продукції, показники оновлення продукції, частку персоналу, задіяного в інноваційній діяльності, частку витрат на НДДКР у загальних витратах на виробництво та деяких інших).

Погоджуючись із цим твердженням і не відкидаючи раціонального зерна у формуванні пропонованої ними сукупності показників, доцільно все ж зазначити, що в їх складі немає таких, що характеризують умови інноваційної діяльності. А сьогодні вже багатьма дослідниками підкреслюється, що саме умови діяльності формують здатність підприємства ефективно (або неефективно) використовувати наявні ресурси, і тому вони визначають інноваційний потенціал підприємства як «...сукупність організованих у певних соціально-економічних формах ресурсів, що можуть за певних діючих внутрішніх і зовнішніх чинників інноваційного середовища бути спрямовані на реалізацію інноваційної діяльності, метою якої є задоволення нових потреб суспільства» [11].

Деяко інший акцент простежується у визначенні інноваційного потенціалу В. Вербою – як «...сукупність інноваційних ресурсів, що перебувають у взаємозв'язку, та умовозабезпечуючих чинників (процедур), які створюють необхідні умови для оптимального використання цих ресурсів для досягнення відповідних орієнтирів інноваційної діяльності та підвищення конкурентоспроможності підприємства у цілому» [3]. Інші науковці, також звертаючи увагу на зв'язок умов господарювання з величиною інноваційного потенціалу підприємства, уточнюють, що як внутрішні, так і зовнішні чинники діяльності підприємства впливають на те, яким буде його інноваційний потенціал – лише потенційним (бажаним) чи таким, що ефективно використовується, релевантним завданням і стратегії діяльності чи нерелевантним, технікоорієнтованим чи людиноорієнтованим [12; 13].

Ці твердження відповідає дійсності, про що свідчать результати економічної діяльності колишніх великих вітчизняних підприємств, які в нових умовах не змогли реалізувати свої ресурсні можливості. Видається більш точним за сутністю визначення інноваційного потенціалу як ступінь здатності та готовності підприємства визначати й реалізовувати інноваційні завдання, що відповідають вимогам і потребам середовища господарювання й забезпечують сталу позитивну економічну динаміку та розвиток підприємства в конкурентному середовищі.

Інноваційний потенціал формується протягом усього життєвого циклу підприємства, забезпечуючи раціональну взаємодію його структурних елементів у процесі пошуку, проектування і реалізації інновацій, необхідних для зміцнення своїх конкурентних позицій на обраному сегменті ринку або ж для виходу на нові ринки. Це особливо необхідно для вітчизняних машинобудівних підприємств, багато з яких

були учасниками технологічних ланцюжків із російськими партнерами, а зараз вимушені переорієнтувати свою діяльність на інші ринки і конкурувати за місце на них із провідними виробниками товарів. У цих умовах основним джерелом формування конкурентних переваг може бути тільки інноваційна діяльність підприємства – як результат реалізації його інноваційного потенціалу. Від величини інноваційного потенціалу залежить здатність підприємства здійснювати інноваційний процес у всій повноті його стадій чи тільки входити в нього на стадії розвитку продуктів або процесів.

Інноваційний потенціал є тим складником економічного потенціалу підприємства, який визначає його сприйнятливість до інновацій і здатність до реалізації інноваційних стратегій, що необхідно для підтримання сталої позитивної економічної динаміки та тривалого функціонування в умовах конкурентного середовища. Можна погодитися з думкою сучасних науковців, що саме високий інноваційний потенціал визначає можливість підприємства створювати нові споживчі цінності й удосконалювати споживчі властивості тих товарів, інтерес до яких починає втрачатися [14].

У сучасній науковій літературі питанням розвитку інноваційного потенціалу суб'єктів господарювання приділяється багато уваги з огляду на те, що саме він формує їх здатність успішно сприймати, розробляти й упроваджувати новації. І саме ця *сприйнятливість до інновацій* є ключовою характеристикою організації із високим інноваційним потенціалом. Тобто можна мати у складі персоналу підприємства висококваліфікованих інженерів-винахідників, необхідну матеріально-технічну базу для проведення експериментально-дослідницьких робіт, але за відсутності дієвих рушійних сил для нововведень інноваційна діяльність не буде активною, хоча потреба в нововведеннях може об'єктивно існувати.

Поняття «сприйняття» з позиції лінгвістики означає «здатність сприймати, розрізняти і засвоювати явища зовнішнього світу» [15, с. 89]. Безумовно, ця здатність формується у працівників, що мають належний рівень фахової підготовки, який дає змогу об'єктивно оцінювати інформацію про досліджувані явища (стан і тенденції розвитку середовища господарювання). Однак цього недостатньо для успішної інноваційної діяльності. Необхідно вірно інтерпретувати інформацію в контексті цілей діяльності (розвитку) підприємства і прийняти рішення щодо необхідності (доцільності) інноваційних змін. І тут ключову роль відіграють ті поведінкові аспекти діяльності персоналу, які належать до сфери мотивації, адже необхідно приймати рішення і брати на себе відповідальність за їх реалізацію. А далі – організувати процес реалізації інновацій, у який втягуються інші працівники зі своїми мотиваційними перевагами. І від того, наскільки ділові (лідерські) якості ініціатора змін будуть ефективними, залежить успіх інноваційного процесу – як у площині створення й реалізації інновацій, так і в площині збереження підприємством динамічної рівноваги.

Проте не слід розглядати рушійні сили мотиваційного процесу лише в контексті економічних інтересів учасників: мотиваційне поле інноваційної діяльності набагато ширше і включає як матеріальну, так і нематеріальну винагороду. І доволі часто результативність інноваційної діяльності залежить не тільки від професійних і компетентнісних характеристик працівників, а й від системи відносин у трудовому

колективі. Ці відносини складаються в процесі його розвитку і проявляються у стилях та методах управління, характеристиках і ціннісних орієнтирах організаційної культури, яка також слугить мотиваційною основою організаційної поведінки.

Управління розвитком інноваційного потенціалу має охоплювати й процеси вдосконалення соціальних відносин у трудовому колективі, акцентування на пріоритетності таких норм поведінки, що формують так звану «системну довіру» [16, с. 15], коли учасники трудових процесів позитивно оцінюють дії один одного в процесі вибору напрямів і масштабів інноваційних змін, не шукаючи в них загроз своїй безпеці. Тим самим у колективі усуваються причини опортуністичної поведінки і зменшується опірність змін, розвивається і підтримується взаємодопомога у вирішенні нових для підприємства завдань. А це означає, що інноваційний потенціал підприємства залежить не лише від професійно-кваліфікаційного складу промислово-виробничого персоналу, технологічного, фінансового та інформаційного забезпечення інноваційної діяльності, а й від організаційно-структурних особливостей системи менеджменту, які формують умови організаційної взаємодії.

Тобто умовами формування (нарощування) й ефективної реалізації інноваційного потенціалу (поряд із наявністю необхідних для цього ресурсів) є налаштованість власників бізнесу і менеджменту підприємства на інноваційні зміни і «готовність» до цього (тобто вмотивованість) решти персоналу. Ця вмотивованість має бути підкріплена відповідними стимулами до результативної інноваційної діяльності, які мають бути закладені в інноваційній політиці підприємства, на чому особливо наголошує В. Стадник [17].

Беручи до уваги те, що ефективність організаційної взаємодії є відображенням мотиваційних переваг членів трудового колективу, можна стверджувати, що формування та нарощування інноваційного потенціалу підприємства значною мірою залежить від здатності керівництва забезпечити релевантне мотиваційне підґрунтя для:

- залучення працівників, здатних створювати інноваційні продукти, і підтримання їх бажання ефективно використовувати свої знання і ресурси підприємства для визначення й реалізації інноваційних завдань;

- розвитку капіталу відносин і формування системної довіри в трудовому колективі для подолання проявів опортуністичної поведінки з боку тих працівників, яких стосуватимуться інноваційні зміни й які будуть задіяні в процесі їх реалізації.

Мотивацію можна розглядати як стійку здатність людини керувати власною поведінкою, задовольняти свої потреби, проявляючи при цьому цілеспрямованість, активність, організованість, вольові зусилля. Мотивація індивідів може мати різну структуру, і завданням керівництва є посилення тих мотивів, що потрібні для реалізації управлінських цілей. Звідси, складниками ефективності мотивації є засоби й методи управління, а також обґрунтованість і чіткість постановки цілей. Можна погодитися з О. Васюхіним і Е. Павловою, що мотиваційне забезпечення інноваційної діяльності має виконувати такі функції [18]:

- планування (обґрунтування змістової характеристики наявних потреб, виявлення домінуючих потреб і їх ранжування, аналіз чинників, що можуть змінити структуру і зміст потреб, аналіз взаємозв'язку між потребами і стимулами, планування цілей і методів мотивації, вибір організаційного способу (форми) мотивації;

- реалізація (створення організаційних та економічних умов задоволення потреб, обґрунтування стимулів за досягнуті результати з урахуванням інтересів груп зацікавлених осіб, підтвердження значущості для них організаційних цілей;

- контроль (порівняння досягнутих результатів діяльності з бажаними, коригування мотиваційних стимулів, розроблення заходів у відповідь на випадкові події, що порушують плани і програми діяльності).

Мотиваційне підґрунтя організаційної поведінки в інноваційних процесах відрізняється за групами стратегічного впливу. І це стосується всіх складників інноваційного потенціалу підприємства (табл. 2).

Очевидно, що основним мотивом нарощування інноваційного потенціалу у власників бізнесу є прагнення відстояти ринкові позиції у конкуренції з іншими учасниками ринку. І якщо іншими способами (поза інноваційними джерелами, шляхом, наприклад, лобювання необроблених преференцій податкового чи іншого характеру) цього не можна буде досягти, то власники бізнесу

Таблиця 2

Мотиваційне підґрунтя організаційної поведінки груп стратегічного впливу під час формування інноваційного потенціалу промислового підприємства

Структурний складник інноваційного потенціалу	Призначення складника	Групи стратегічного впливу і мотиваційне підґрунтя їх організаційної поведінки
Технологічний	Формує здатність підприємства оперативно переорієнтувати виробничі потужності на виробництво нових продуктів згідно з потребами споживачів	Власники бізнесу – максимізація поля формування конкурентних переваг та їх стійкості
Фінансовий	Забезпечує фінансову стійкість підприємства під час здійснення інноваційних змін	Власники бізнесу – мінімізація витрат на інноваційні зміни
Інформаційний	Відображає інформаційну забезпеченість підприємства, ступінь повноти і точності інформації, необхідної для прийняття ефективних інноваційних рішень	Власники бізнесу – інформаційна прозорість Менеджмент – інформаційна асиметрія
Ринковий	Відображає здатність підприємства формувати споживчі цінності у відповідь на потреби ринку	Менеджмент – повнота інформаційного забезпечення
Кадровий	Визначає здатність до генерування, сприйняття й реалізації інноваційних рішень	Найманих працівників – валентність винагород
Інтерфейсний (організаційний)	Характеризує здатність менеджменту узгоджувати різноспрямовані інтереси суб'єктів інноваційного процесу	Менеджмент і власники бізнесу – системний контроль; наймані працівники – система довіри

Джерело: сформовано автором

будуть вмотивовані до його нарощування. Проблемою залишається формування системної довіри в організаційних відносинах. Одним лише декларуванням потреби у лояльності працівників значних результатів не можна буде досягти. Проведені нами дослідження складників мотивації щодо учасників інноваційного процесу на низці промислових підприємств показали, що найбільшою проблемою організації даного процесу є низька валентність винагороди порівняно зі складністю поставлених завдань. Це не дає змоги залучити в інноваційний процес фахівців необхідної кваліфікації, у результаті не забезпечується важливий складник ефективності мотивації – здатність учасників досягти позитивного результату.

З іншого боку, через імовірнісний характер результативності інноваційної діяльності керівництву складно чітко обґрунтувати взаємозв'язок між результатами і винагородою виконавцям, тим більше диференціювати винагороду в розрізі етапів інноваційного процесу і витрат на їх здійснення. Вирішення цих завдань, на нашу думку, могло б сприяти підвищенню ефективності мотивації у сфері інноваційної діяльності, у тому числі сформувати мотиваційну основу нарощування інноваційного потенціалу підприємства.

Висновки з проведеного дослідження. Узагальнення викладеного дає підстави для таких висновків. Інноваційний потенціал промислового підприємства є органічним поєднанням матеріальних і нематеріальних ресурсів учасників інноваційної діяльності. Готовність розвивати й ефективно використовувати інноваційний потенціал забезпечується вмотивованістю до цього усіма учасниками, об'єднаними спільними інтересами та взаємовигідними економічними відносинами. Через недосконалість чинного законодавства та неефективність регулятивних дій державних органів управління у сфері економічної діяльності в період трансформування економічних відносин в Україні не було закладено мотиваційну основу для формування достатньої кількості інноваційно активних підприємств. Відповідно, й у внутрішньому середовищі вітчизняних підприємств не було створено таких організаційних відносин, які б сприяли творчості й активному пошуку шляхів удосконалення виробничої чи управлінської діяльності. Умови формування таких відносин у сфері інноваційної діяльності мають бути важливим складником організаційно-економічного механізму управління сталим розвитком промислового підприємства.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Балабанов И.Т. Инновационный менеджмент / И.Т. Балабанов. – СПб. : Питер, 2000. – 208 с.
2. Баженов Г.Е. Инновационный потенциал предприятия: экономический аспект / Г.Е. Баженов, О.А. Кислицына // Вестник Томского государственного университета. – 2009. – № 323. – С. 222–228.
3. Верба В.А. Методичні рекомендації з оцінки інноваційного потенціалу підприємства / В.А. Верба, І.В. Новіков // Проблеми науки. – 2003. – № 3. – С. 23–27.
4. Сиротинська Н.М. Сутність інноваційного потенціалу промислових підприємств / Н.М. Сиротинська // Економічний простір. – 2011. – № 55. – С. 255–260.
5. Федулова І.В. Теоретичне обґрунтування сутності інноваційного потенціалу / І.В. Федулова // Вісник Житомирського державного технічного університету. Економічні науки. – 2009. – № 1 (47). – С. 210–214.
6. Чабан В.Г. Інноваційний потенціал підприємств та його оцінка / В.І. Чабан // Фінанси України. – 2006. – № 5. – С. 142–148.
7. Шамина Л.К. Инновационный потенциал предприятия / Л.К. Шамина // Инновации. – 2007. – № 9 (107). – С. 58–60.
8. Кокурин Д.И. Инновационная деятельность / Д.И. Кокурин. – М. : Экзамен, 2001. – 575 с.
9. Обсяг реалізованої промислової продукції за видами діяльності [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2013/pr/orp/orp_u/orp0313_u.htm.
10. Наукова та інноваційна діяльність (1990–2013 рр.) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2005/ni/ind_rik/ind_u/2002.html.
11. Воронков Д.К. Управління стратегічними змінами щодо інноваційного розвитку підприємства / Д.К. Воронков // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2009. – Т. 3. – № 6. – С. 7–11.
12. Калишенко В.А. Формування середовища розвитку інноваційного потенціалу підприємства / В.А. Калишенко // Бізнес Інформ. – 2011. – № 2. – Т. 1. – С. 65–68.
13. Близнюк Т.П. Проблеми формування інноваційного потенціалу українського підприємства / Т.П. Близнюк // Бізнес Інформ. – 2011. – № 1. – С. 21–26.
14. Stadnyk V.V. Innovative factors in the system of value-oriented management of an industrial enterprise / V.V. Stadnyk, O.V. Zamazyi // Актуальні проблеми економіки. – 2015. – № 9. – С. 242–249.
15. Ожегов С.И. Словарь русского языка / С.И. Ожегов ; под ред. Н.Ю. Щедовой ; 14 изд., стереотип. – М. : Рус.яз., 1983. – 816 с.
16. Castiglione D. The handbook of social capital / D. Castiglione, J.W. Van Deth, G. Wolleb. – Oxford : Oxford university press, 2007. – 707 p.
17. Стадник В.В. Стимули як складова інноваційної політики підприємства / В.В. Стадник // Вісник Технологічного університету Поділля. Економічні науки. – 2002. – № 2. – Ч. 1. – С. 9–11.
18. Васюхин О.В. Основы мотивации инновационной деятельности промышленного предприятия / О.В. Васюхин, Е.А. Павлова // Современные проблемы науки и образования. – 2013. – № 4 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.science-education.ru/ru/article/view?id=9477>.