

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ МОТИВАЦІЙНОЇ ОСНОВИ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ МАШИНОБУДУВАННЯ

Розглянуто сутність поняття інноваційний потенціал підприємства, охарактеризовано особливості формування мотиваційної основи розвитку інноваційного потенціалу підприємств машинобудування.
Ключові слова: інноваційний потенціал, мотивація, кадри.

M. A. YOKHNA, A. J. BORSHCH
Khmelnitsky National University

MOTIVATIONAL FEATURES OF FUNDAMENTALS OF INNOVATION CAPACITY BUILDING COMPANIES

Abstract – Innovation is now a major source of competitive enterprises. However, the sustainability of competitive advantages in various fields of economic activity provided by various factors that need consideration when building a system of incentives for innovation capacity of enterprises. Its main priorities are to increase staff motivation to acquire skills that will form the stability of competitive advantages of new products.
The essence of the concept of innovation potential of enterprises described peculiarities of the motivational basis for the development of innovative potential of mechanical engineering.
Key words: innovation potential, motivation, pictures.

Вступ. У конкурентних умовах лише високий інноваційний потенціал підприємства формує його здатність гнучко реагувати на вимоги і запити споживачів, утримуючи й посилюючи свої ринкові позиції. Забезпечення зростання інноваційного потенціалу є важливим завданням менеджменту вітчизняних підприємств – незалежно від сфери їх економічної діяльності. Його вирішення значною мірою залежить від того, наскільки вірно будуть визначені пріоритети у розвитку складових інноваційного потенціалу та наскільки дієвим буде управлінський вплив на різних рівнях управлінської ієрархії для реалізації цих пріоритетів.

Вагомий внесок у дослідження сутності інноваційного потенціалу та визначення його складових зробили такі науковці, як Т. Гринько [1], О.І. Вікарчук [2], І.В. Антоненко [3], Н.С. Краснокутська [4], А.С. Федонін [5] та ін. У їх працях розглядаються різні погляди щодо трактування сутності та формууючих елементів інноваційного потенціалу, здійснюється його поділ за різними класифікаційними ознаками та визначається роль для вітчизняних підприємств. Зокрема, І.В. Антоненко приділив увагу дослідженню видів інноваційного потенціалу на різних рівнях [3]. Д.Л. Водянка займався питаннями та проблемами формування інноваційного потенціалу на підприємствах харчової промисловості та сформував свої погляди щодо методики його оцінки [6]. В.Ю. Ільїн аналізує досвід провідних країн світу щодо інноваційного розвитку та пропонує механізми його реалізації в економіці України за сучасних умов господарювання [7].

Метою статті є виявлення особливостей мотивування персоналу підприємств машинобудівної сфери економічної діяльності в ході здійснення інноваційної діяльності і розвитку інноваційного потенціалу підприємства.

Виклад основного матеріалу. У науковій літературі інноваційний потенціал трактується здебільшого як сукупність ресурсів та умов, що забезпечують в умовах впливу зовнішнього середовища вирішення завдань інноваційної діяльності [8; 9]. Доцільно підкреслити важливість не лише ресурсного забезпечення, а й умов, в яких здійснюється інноваційна діяльність. Якщо ресурси формують здатність до створення інновацій, то умови визначають мотиваційні пріоритети, а отже – готовність (або небажання) суб'єктів економічної діяльності працювати над створенням нових продуктів і їх виведенням на ринок. Такі мотиваційні пріоритети у сфері інноваційної діяльності під впливом більш цінної (з позицій інноватора) винагороди у разі досягнення успіху (створення чи комерціалізація інновацій), ніж винагороди за поточну виробничу діяльність. Ця відмінність закладається через систему стимулювання, пріоритети якої мають бути зрозумілими для всіх працівників підприємства, а їх реалізація – прозорою і справедливою. На наш погляд, при визначенні таких пріоритетів, попри спільне для всіх галузей заохочення до створення інновацій, у системі стимулювання має бути враховано специфіку формування конкурентних переваг у різних галузях економічної діяльності.

Кожна галузь господарювання має свою специфіку, свої акценти у формуванні конкурентних переваг, і це має відображатися у змісті інноваційного продукту. Так, успішність інновацій машинобудівних підприємств визначається зовсім іншими критеріями, ніж інновацій підприємств сфери обслуговування, оскільки стійкість конкурентних переваг у цих сферах залежить від різних чинників. Ця відмінність має відображатися і у змісті інноваційної діяльності, а отже – і у мотиваційних акцентах системи стимулювання, створеної для розвитку інноваційного потенціалу підприємства.

Сьогодні Україна, наслідуючи досвід інших країн, вступила до ери інноваційної моделі розвитку. У 2012 р. питома вага підприємств, що займалися інноваціями за даними Держкомстату склала 17,4 %, що на 1,3 % більше, ніж у 2011 р. (у 2011 р. – 16,1 %). Питома вага підприємств, що впроваджували інновації,

становила в 2012 р. 15,5 %, у 2011 р. – 17,0 %. Впровадженням нових технологічних процесів займалися 46 % підприємств в 2012 р., та 30 % підприємств в 2011 р. Інноваційною діяльністю в Україні в 2012 р. займалися 1752 підприємств (78 % загальної кількості інноваційно-активних). Можна говорити про наявність позитивних тенденцій у організації та результатах інноваційної діяльності в Україні. Але аналіз європейського досвіду показав, що найнижчі показники інноваційної активності серед країн Європейського союзу мають Португалія (26 %) та Греція (29 %), проте це вдвічі більше, ніж в Україні. Якщо ж розглянути передові країни у здійсненні інновацій, такі як Нідерланди (62 %), Німеччина (69 %), Ірландія (74 %), то розрив з Україною становить більше як у п'ять разів [10]. Це свідчить про відсталість нашої держави у плані інноваційного розвитку, що породжує необхідність кардинальної зміни підходів та поглядів на здійснення інноваційної діяльності.

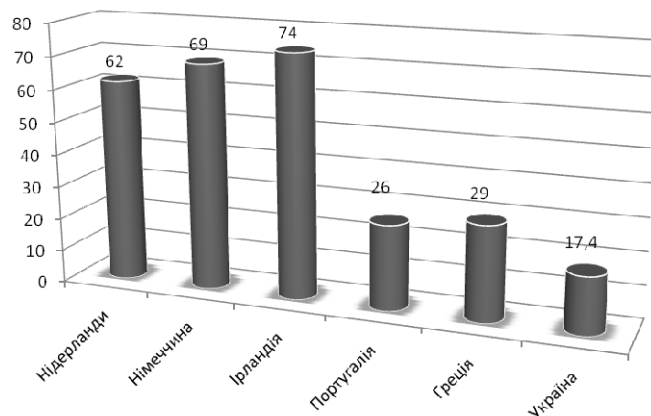


Рис. 1. Показники інноваційної активності підприємств, % [10]

Аналізуючи статистичні дані по Хмельницькій області станом на кінець 2012 р. можна сказати, що 22,5 % підприємств займалися інноваційною діяльністю. Як видно, цей показник значно більший, ніж середньостатистичні дані по Україні за значенням якого наша область уступає лише чотирьом областям, а саме: Київській (26,1 %), Миколаївській (29,8 %), Запорізькій (29,8 %) та Херсонській (26,1 %). Це, безумовно, свідчить про високу інноваційну активність Хмельниччини та потужний інноваційний потенціал підприємств. Сума загальних витрат на здійснення інновацій становила 360,5 млн грн, а частка інноваційної продукції з загальному обсязі реалізації по області склала 2,3 %. [11].

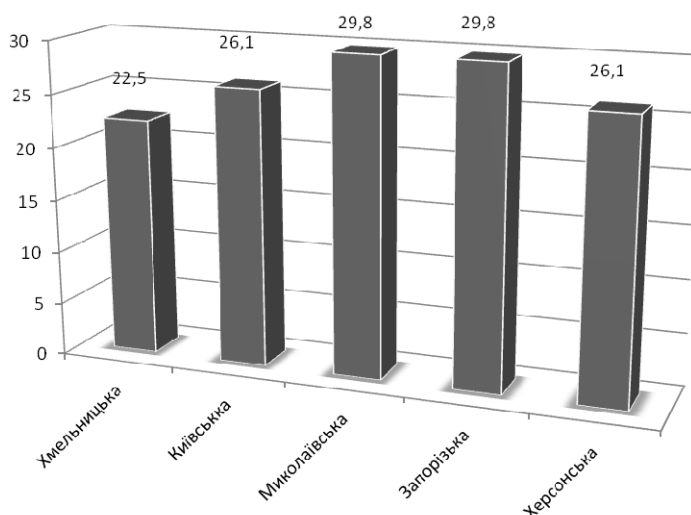


Рис. 2. Частка інноваційно активних підприємств у загальній кількості промислових підприємств, % [11]

Кожна людина має свій характер та особливості, свої потреби, в міру задоволення яких збільшує трудову віддачу. При цьому, тісно повинно переплітатись матеріальне і моральне стимулювання. Адже застосування лише матеріальних чинників в міру постійно наростаючих потреб працівників врешті решт стане не ефективним: високий розмір заробітної плати буде утримувати працівника та не дасть йому звільнитись із товариства, але не змусить його повністю викладатись та застосовувати свій творчий потенціал.

Працівників потрібно поділити на окремі групи, для кожної з яких виділити найсильніші фактори мотиваційного впливу та розробити свої засоби мотивації. Для вивчення потреб працівників можна застосувати методи анкетування, опитування чи індивідуального спостереження. У результаті потрібно сформулювати диференційований мотиваційний пакет, який буде містити набір мотиваційних заходів, що є реальними

для впровадження в межах окремого підприємства. При цьому важливо надати можливість співробітникам самим обрати найбільш прийнятний для них вид мотивації. Це буде слугувати ще одним додатковим стимулом до праці, адже працівники відчуватимуть свою вагомість та цінність в товаристві, якщо з їхньою думкою рахуватиметься керівництво.

Крім того потрібно звернути увагу на статевий склад працівників. Адже представники жіночої та чоловічої статі потребують різних видів мотивації. Основним стимулом до праці для чоловіків є можливість кар'єрного росту та отримання гідної заробітної плати, а до подарунків чи похвал вони відносяться стримано, тому даний захід має низький мотиваційний вплив на них. Жінки ж підтвердили зовсім іншу позицію: найбільшу мотивацію до роботи для них має участь у соціальних та культурних програмах, отримання похвал та цінних подарунків, а от постійне кар'єрне зростання знаходиться чи на останньому місці.

Хоча на сьогодні нематеріальне стимулювання за ефективністю переважає матеріальне, його наявність все ж необхідна. Доцільно зберегти існуючу оплату праці за тарифними ставками чи посадовими окладами, але більшої ефективності вдасться досягти, якщо заробітна плата складатиметься із двох частин: постійної заробітної плати і змінної. Змінна частина заробітної плати буде залежати від самого робітника: чим більше креативності він проявить у роботі в товариства, тим більше отримає винагороди. Така система оплати праці дасть можливість заохотити працівників до нарощення креативності та інтенсивнішого використання власного творчого потенціалу, підвищить інноваційну активність та зміцнить інноваційний потенціал підприємства в розрізі кадрової складової.

До матеріальної складової мотиваційного пакету також пропонується включити такі виплати: додаткова оплата за суміщення професій при вимушеній відсутності основного працівника; компенсації пенсіонерам, працюючим вагітним жінкам та матерям з малолітніми дітьми; доплати за створення та реалізацію інноваційних ідей, підвищення якості продукції та зростання продуктивності праці, зниження браку в виробництві, творчість, ініціативність та креативність, за участь в освоєнні та впровадженні нової техніки, технологій; винагороди авторам інноваційних ідей тощо.

Матеріальну мотивацію повинна доповнювати нематеріальна, яка дає довгостроковий ефект та сприяє кращій реалізації працівником свого внутрішнього потенціалу. Адже почуття поваги, цінності та незамінності дасть можливість працівникові вільніше почуватись в колективі та більше сил віддавати службовим обов'язкам. Проте, щоб вона стала ефективною, мотиваційні заходи мають бути направлені на конкретного працівника, враховуючи його індивідуальні особливості.

Висновки. Інновації сьогодні є головним джерелом зростання конкурентоспроможності підприємств. Однак стійкість конкурентних переваг у різних сферах економічної діяльності забезпечується різними чинниками, що потребує врахування їх при побудові системи стимулювання розвитку інноваційного потенціалу підприємства. Її основні пріоритети мають підвищувати мотивацію персоналу до набуття компетенцій, які формуватимуть стійкість конкурентних переваг нових продуктів.

Література

1. Гринько Т. Щодо інноваційного потенціалу як складової інноваційної активності підприємств / Т. Гринько // Економіст. – 2010. – № 2. – С. 56–58.
2. Вікарчук О. І. Інноваційний потенціал : основа розробки стратегії розвитку підприємства / О. І. Вікарчук // Вісник ХНПП. – 2009. – № 8. – С. 136–143.
3. Антоненко И. В. Типология и классификация инновационного потенциала экономической системы / И. В. Антоненко // Проблемы современной экономики. – 2010. – № 2. – С. 78.
4. Краснокутська Н. В. Інноваційний менеджмент : навч. посібник / Н. В. Краснокутська. – К. : КНЕУ, 2003. – 504 с.
5. Федонін О. С. Потенціал підприємства формування та оцінка : навч. посібник / О. С. Федонін, І. М. Репіна, О. І. Олексик. – К. : КНЕУ, 2003. – 316 с.
6. Водянка Л. Д. Оцінювання, формування та використання інноваційного потенціалу харчових підприємств / Л. Д. Водянка // Вісн. Сум. нац. аграрного університету. – 2011. – № 1. – С. 45–54.
7. Ільїн В. Ю. Зарубіжний досвід управління інноваційним потенціалом в умовах глобалізації економіки / В. Ю. Ільїн // Управління розвитком. – 2011. – № 4 (101). – С. 188–189.
8. Дзюбіна А. В. Розкриття змісту поняття “інноваційний потенціал” та визначення його складових / Вісн. НУ “Львівська політехніка”. – 2008. – № 628. – С. 72–77.
9. Петрович Й. М. Інноваційний потенціал управління організацією : монографія / Й. М. Петрович, Л. М. Прокопишин-Рашкевич. – Л. : Вид-во “Львівська політехніка”, 2010. – С. 184.
10. Касьяненко В. О. Зарубіжний досвід управління інноваційним потенціалом економіки та можливості його використання в Україні / В. О. Касьяненко // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011. – № 4, Т. 2. – С. 200–204.
11. Наукова та інноваційна діяльність в Україні : стат. збірник. – К. : ДП “Інформаційно-видавничий центр Держстату України”, 2012. – 305 с.

References

1. Hryn'ko T. Shchodo innovatsiynogo potentsialu yak skladovoyi innovatsiynoyi aktyvnosti pidpnyemstv / T. Hryn'ko // Ekonomist. – 2010. – № 2. – S. 56–58.
2. Vikarchuk O. I. Innovatsiynyy potentsial : osnova rozrobky stratehiyi rozvytku pidpnyemstva / O. I. Vikarchuk // Visnyk KhNPI. – 2009. – № 8. – S. 136–143.
3. Antonenko I. V. Tipologiya y klassifikatsyya innovatsyonnogo potentsyala ekonomicheskoy sistemy / I. V. Antonenko // Problemy sovremennoy ekonomiki. – 2010. – № 2. – S. 78.
4. Krasnokuts'ka N. V. Innovatsiynyy menedzhment : navch. posibnyk / N. V. Krasnokuts'ka. – K. : KNEU, 2003. – 504 s.
5. Fedonin O. S. Potentsial pidpnyemstva formuvannya ta otsinka : navch. posibnyk / O. S. Fedonin, I. M. Ryepina, O. I. Oleksyk. – K. : KNEU, 2003. – 316 s.
6. Vodyanka L. D. Otsinyuvannya, formuvannya ta vykorystannya innovatsiynoho potentsialu kharchovykh pidpnyemstv / L. D. Vodyanka // Visnyk Sums'koho natsional'noho ahranoho universytetu. – 2011. – № 1. – S. 45–54.
7. Il'yin V. Yu. Zarubizhnyy dosvid upravlinnya innovatsiynym potentsialom v umovakh hlobalizatsiyi ekonomiky / V. Yu. Il'yin // Upravlinnya rozvytkom. – 2011. – № 4 (101). – S. 188–189.
8. Dzyubina A. V. Rozkryttya zmistu ponyattya «innovatsiynyy potentsial» ta vyznachennya yoho skladovykh / A. V. Dzyubina // Visnyk NU “L'vivs'ka politekhniky”. – 2008. – № 628. – S. 72–77.
9. Petrovych Y. M. Innovatsiynyy potentsial upravlinnya orhanizatsiyeyu : monohrafiya / Y. M. Petrovych, L. M. Prokopyshyn-Rashkevych. – L'viv : Vydavnytstvo L'vivs'koyi politekhniky, 2010. – S. 184.
10. Kas'yanenko V. O. Zarubizhnyy dosvid upravlinnya innovatsiynym potentsialom ekonomiky ta mozhlivosti yoho vykorystannya v Ukraini / V. O. Kas'yanenko // Marketynh i menedzhment innovatsiy. – 2011. – № 4. – T. 2. – S. 200–204.
11. Naukova ta innovatsiyna diyal'nist' v Ukraini : statystychnyy zbirnyk. – K. : DP “Informatsiyno-vydavnychy tsestr Derzhstatu Ukrainy”, 2012. – 305 s.

Надіслана/Written: 8.05.2013 р.
Надійшла/Received: 16.05.2013
Рецензент: д.е.н., проф. О. О. Орлов