

СИСТЕМА МОТИВІВ І СТИМУЛІВ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ МАШИНОБУДІВНОГО ПІДПРИЄМСТВА

© Вороновська М.М., 2010

Розглянуто мотиви та стимули інноваційної діяльності. Визначено значення мотивів і стимулів інноваційної діяльності у забезпеченні стабільності виробничо-господарської і фінансової діяльності машинобудівних підприємств. Для розвитку інноваційної діяльності рекомендовано систему мотивів і стимулів у розрізі етапів інноваційного процесу машинобудівного підприємства.

Tune and stimuli of innovative activity are considered. Role of and stimuli of innovative activity in providing of stability of production and financial activity of machine-building enterprises of strategic maps in activity of machine-building enterprises are certain. For development of innovative activity in the article the system of s and stimuli is made to order in the cut of the stages of innovative process of machine-building enterprise.

Постановка проблеми та її зв'язок із важливими науковими та практичними завданнями. Вплив нестабільної економічної ситуації у світі негативно позначився на діяльності вітчизняних машинобудівних підприємств. Починаючи із 2008 р. машинобудування, яке нещодавно було лідером за обсягами зростання промислової продукції [2], зазнає значного спаду. Лише за 9 місяців 2009 р. (із січня по вересень) обсяги виробленої машинобудівними підприємствами продукції скоротились більше ніж на 50 %. Серед підприємств галузі найбільших втрат зазнали підприємства транспортного машинобудування, за період із січня по вересень 2009р. їх обсяг виробництва зменшився на 56 %.

Пріоритетним шляхом покращання виробничо-господарської діяльності та фінансового стану машинобудівних підприємств є інноваційна діяльність. Вона полягає у здійсненні нововведень на підприємстві, чим дає змогу покращити не лише характеристики виробленої продукції, а й будь-які виробничі чи управлінські процеси. Незважаючи на це, кількість інноваційноактивних машинобудівних підприємств не має стійкої тенденції до зростання. У 2005 р. відбулось значне скорочення кількості машинобудівних підприємств, що здійснюють інноваційну діяльність. Незважаючи на зростання їх кількості протягом трьох наступних років, обсяг інноваційноактивних підприємств, який спостерігався у 2004 р. (444 підприємства), досі не досягнуто.

За даними держкомстату, у 2009 р. серед усіх машинобудівних підприємств такими, що здійснюють інновації було визнано 390 одиниць, що на 8 % менше, ніж у попередньому році [3]. Варто зазначити, що рівень інноваційної активності підприємств залишається доволі низьким і залежить від їх розмірів. Так, великі машинобудівні підприємства, чисельність персоналу яких становить понад 250 ос. мають більшу інноваційну активність, що становить 23–49 %. Серед середніх машинобудівних підприємств (із чисельністю працівників 50–249 осіб) інноваційноактивними є лише 11–29 %, а серед малих (із чисельністю працівників 10–49 осіб) – лише 7–23 % [4]. Отже, машинобудівні підприємства потрібно спонукати до здійснення інновацій. Для цього необхідно мати теоретичні знання мотивів інноваційної діяльності та практику її стимулювання. Незважаючи на зростаюче значення для економіки країни, мотиви і стимули інноваційної діяльності залишаються недостатньо дослідженими.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, у яких започатковано розв'язання даної проблеми. Згідно з О.Є. Кузьміним і О.Г. Мельник [1, с. 196] мотив – це “внутрішньоусвідомлені спонукання до певних дій”. Аналогічні визначення поняття мотиву, також, дають А.М. Колот [5, 11], А.Г. Петровський, М.Г. Ярошевський [6, с. 219]. Мотивами також можна вважати будь-які потреби (матеріального збагачення, соціального досягнення, певного рівня успіху тощо), які остаточно не є задоволеними [7].

Мотиви діяльності людини найрізноманітніші. Зокрема, розрізняють органічні, функціональні, матеріальні, соціальні, духовні мотиви. Складовими частинами мотиву є: соціальний статус; надійність; почуття приналежності; суперництва; визнання; влади [8]. Незважаючи на те, що складові мотиву завжди однакові, їх вага для кожного різна. Це дозволяє стверджувати те, що мотив для кожної особистості є індивідуальним. Мотивами інноваційної діяльності вважається:

- підвищення конкурентоспроможності нових продуктів;
- розвиток внутрішнього потенціалу підприємства (технологічного, кадрового тощо);
- оптимізація внутрішньої товарної політики підприємства;
- підвищення свого іміджу на ринку;
- захоплення нових ринків;
- збільшення величини грошового потоку;
- бажання пізнання нового;
- отримання визнання;
- можливість самостійно вибирати галузь досліджень;
- збільшення частки ринку.

Мотиви виникають у свідомості людей під дією стимулів. Останні О.Є. Кузьмін і О.Г. Мельник [1, с. 196–197] розглядають як зовнішні спонукання, що формують поведінку та бажання досягти певних результатів. Стимули автори поділяють на моральні і матеріальні. І.В. Карпунь під стимулами розуміє спонукання до діяльності, яке викликане зовнішніми чинниками, та поділяє їх на матеріальні і нематеріальні [9, с. 531]. Матеріальними стимулами інноваційної діяльності, на думку автора, можна вважати розмір заробітної плати, систему надбавок та премій, разові винагороди, доплати. До нематеріальних стимулів він зарахував: похвалу, кар'єрний ріст, вплив через корпоративні цінності компанії; залучення до управління компанією; можливість вільного вибору тематики досліджень; а також постійний професійний ріст та розвиток особистості, загалом [9, с. 531].

Аналізування останніх публікацій і досліджень за проблемою дозволяє стверджувати, що мотиви і стимули інноваційної діяльності вчені-економісти розглядають окремо. Незважаючи на те, що їх зараховують до мотиваційних елементів інноваційної діяльності підприємства, бракує системності їх використання на машинобудівному підприємстві, а саме: незрозумілими залишаються взаємозв'язки і взаємозалежність між ними. Це визначає необхідність розвитку системи мотивів і стимулів інноваційної діяльності машинобудівного підприємства.

Цілі статті. Відповідно до поставленої проблеми, у статті потрібно розробити систему мотивів та стимулів, яка забезпечила би розвиток інноваційної діяльності за стадіями інноваційного процесу.

Виклад основного матеріалу дослідження із повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Під системою стимулів і мотивів інноваційної діяльності підприємства потрібно розуміти сукупність взаємопов'язаних і взаємодіючих елементів, якими є мотиви і стимули. Вони визначають її характер. На основі дослідження літературних джерел [1, с. 5–9] можна стверджувати, що стимули інноваційної діяльності викликають у свідомості людини мотиви. У подальшому мотиви зумовлюють певну поведінку людини, що забезпечує реалізацію інноваційної діяльності. Проте, мотиви також мають вплив на стимули каналами зворотного зв'язку. Наприклад, певний стимул може спричинити виникнення не того мотиву, що є бажаним та зумовлює саме ту поведінку людини. У такому разі необхідно змінити стимул задля одержання необхідного результату.

Згідно з І.Н. Карпунь стимули варто поділити на стимули прямої та непрямой дії [9, с. 531]. До стимулів прямої дії належать: розмір грошової винагороди (зарплати, премії), кар'єрний ріст, просування по службі, а також залучення до управління компанією. Стимули непрямой дії інноваційної діяльності машинобудівних підприємств – це можливість безкоштовно відвідати

наукові конференції, бути учасником наукових товариств, можливість придбання акцій компанії (матеріальні стимули); можливість самостійно обирати тематику досліджень, надання доступу до участі у нарадах (нематеріальні стимули) [9, с. 531].

Для забезпечення розвитку інноваційної діяльності потрібно сформувавши систему мотивів і стимулів машинобудівного підприємства, яка би охоплювала усі етапи здійснення інноваційної діяльності. Виділяють такі етапи інноваційної діяльності [10, с. 193]:

1. Виконання пошукових науково-дослідних робіт. Цей етап полягає у виникненні та висуненні науково-технічних ідей, їх науковому обґрунтуванні, доцільності; перевірки на можливість задоволення потреб;

2. Виконання прикладних науково-дослідних робіт. Зміст наведеного етапу у проведенні різноманітних технічних випробувань, аналізі отриманих результатів і виконанні тематичних розробок;

3. Виконання дослідно- і проектно-конструкторських робіт. На цьому етапі необхідно створити експериментальні зразки нової продукції, провести дослідження, а їх результати занотувати у технічній документації;

4. Освоєння виробництва нової продукції і комерціалізація інновацій, що передбачає випуск продукції для загального споживання, повну її окупність та отримання доходу.

На першому етапі інноваційної діяльності машинобудівного підприємства стимулами є надбавки, доплати, премії, разові винагороди, пільги, участь в управлінні, участь у конференціях та наукових товариствах (матеріальні стимули) та похвала, підвищення за посадою внаслідок призначення відповідальних за інновації, право самостійного вибору напрямку досліджень, вплив через корпоративні цінності, вплив через залучення до управління (нематеріальні стимули). Вони викликають такі мотиви: пізнання нового, нейтралізація впливу кризових явищ, підвищення іміджу підприємства на ринку, розвиток внутрішнього потенціалу, отримання визнання, забезпечення успіху інноваційної діяльності, уникнення майбутніх помилок, забезпечення актуальності та корисності інноваційної діяльності.

Для другого етапу інноваційної діяльності машинобудівного підприємства є характерними такі матеріальні стимули, як надбавки, доплати, премії, разові винагороди.

До нематеріальних стимулів можна зарахувати: похвалу, вплив через корпоративні цінності, вплив через залучення до управління, дисципліна праці, самостійний вибір методу впровадження інновацій, сприяння колективній праці. Ці стимули своєю чергою викликають такі мотиви, як бажання зниження ресурсомісткості продукту, зниження рівня витрат, пошук майбутніх інвесторів, покращання якісних характеристик продукції, покращання умов праці, творча діяльність, втілення знань.

Третій етап інноваційної діяльності, який називається: “Виконання дослідно- і проектно-конструкторських робіт ” характеризується такими мотивами: забезпечення безперервності виробничого процесу, перевірка реальності втілення розробок, уникнення помилок, що допущені у технічній пропозиції, поширення нових знань. Ці мотиви були зумовлені дією таких самих стимулів, як і на другому етапі інноваційної діяльності (похвали, впливу через корпоративні цінності, впливу через залучення до управління, дисципліною праці, самостійним вибором методу впровадження інновацій, сприянням колективній праці).

На четвертому етапі інноваційної діяльності машинобудівного підприємства застосовуються такі стимули: матеріальні (надбавки, доплати, премії, безкоштовне навчання); нематеріальні (похвала, вплив через корпоративні цінності, вплив через залучення до управління, дисципліна праці). Ці стимули спричиняють такі мотиви: правовий захист результатів інновацій, забезпечення умов для використання інноваційної продукції, врегулювання питань обліку, захоплення нових ринків, збільшення величини грошового потоку, оптимізація внутрішньої товарної політики підприємства.

Система мотивів і стимулів інноваційної діяльності машинобудівного підприємства у розрізі етапів інноваційної діяльності наведена на рисунку.

Етапи інноваційної діяльності			
Етап. 1. Виконання пошукових науково-дослідних робіт	Етап. 2. Виконання прикладних науково-дослідних робіт	Етап. 3. Виконання дослідно-проектно-конструкторських робіт	Етап. 4. Освоєння виробництва нової продукції і комерціалізація інновації
<p>Пізнання нового, нейтралізація впливу кризових явищ, підвищення іміджу підприємства на ринку, розвиток внутрішнього потенціалу, отримання визнання, забезпечення успіху інноваційної діяльності, уникнення майбутніх помилок, забезпечення актуальності та корисності інноваційної діяльності</p>	<p>Зниження ресурсомісткості продукту, зниження рівня витрат, пошук майбутніх інвесторів, покращення якості характеристик продукції, покращення умов праці, творча діяльність, втілення знань</p>	<p>Забезпечення безперервності виробничого процесу, перевірка реальності втілення розробок, уникнення помилок, що допущені у технічній пропозиції, поширення нових знань</p>	<p>Правовий захист результатів інновації, забезпечення умов для використання інноваційної продукції, врегулювання питань обліку, захоплення нових ринків, збільшення величини грошового потоку, оптимізація внутрішньої товарної політики підприємства</p>
<p>Матеріальні (надбавки, доплати, премії, разові винагороди, пільги, участь в управлінні, участь у конференціях та наукових товариствах); Нематеріальні (похвала, підвищення за посадою внаслідок призначення відповідальних за інновації, право самостійного вибору напрямку досліджень, вплив через корпоративні цінності, вплив через залучення до управління)</p>	<p>Матеріальні (надбавки, доплати, премії, разові винагороди); Нематеріальні (похвала, вплив через залучення до управління, дисципліна праці, самостійний вибір методу впровадження інновації, сприяння колективній праці)</p>	<p>Матеріальні (надбавки, доплати, премії, разові винагороди); Нематеріальні (похвала, вплив через корпоративні цінності, дисципліна праці); Нематеріальні (похвала, вплив через корпоративні цінності, вплив через залучення до управління, дисципліна праці)</p>	<p>Матеріальні (надбавки, доплати, премії, безкоштовне навчання); Нематеріальні (похвала, вплив через корпоративні цінності, вплив через залучення до управління, дисципліна праці)</p>

Мотиви

Стимули

Умовні позначення:

➔ Прямий зв'язок;

➔ Зворотний зв'язок

Надбавки – рекомендовано у економічній літературі

Надбавки – рекомендовано автором

Система мотивів і стимулів інноваційної діяльності машинобудівного підприємства

Висновки і перспективи подальших досліджень за проблемою. Інноваційна діяльність є важливим елементом фінансової та виробничо-господарської стабільності для машинобудівних підприємств. Вона дає змогу освоїти виробництво нової продукції, підвищити якість існуючої, знизити її ресурсомісткість, покращити виробничі процеси підприємства тощо. Проте, інноваційна діяльність вітчизняних машинобудівних підприємств залишається недостатньо розвинутою, про що свідчать статистичні дані. Для сприяння інноваційній діяльності машинобудівних підприємств необхідно мати знання щодо її мотивів і стимулів.

Зважаючи на те, що мотиви і стимули інноваційної діяльності перебувають у тісній взаємодії та впливають один на одного, їх доцільно об'єднати у систему. Під системою стимулів і мотивів інноваційної діяльності підприємства необхідно розуміти сукупність взаємопов'язаних і взаємодіючих елементів (якими є мотиви і стимули), що визначають її характер. Беручи до уваги відмінність у мотивах і стимулах інноваційної діяльності залежно від етапів інноваційного процесу, потрібно рекомендувати систему у розрізі етапів інноваційної діяльності (рисунок). Стимули інноваційної діяльності викликають у свідомості людини мотиви, що відображено прямими зв'язками запропонованої моделі. А мотиви зумовлюють певну поведінку людини, що забезпечує реалізацію інноваційної діяльності (зворотні зв'язки).

У подальших дослідженнях за проблемою необхідно глибше дослідити етапи інноваційної діяльності машинобудівних підприємств і розвинути методологію мотивування працівників при їх реалізації.

1. Кузьмін О.Є. *Основи менеджменту: Підручник. – 2-ге вид., вип. і доп. / О.Є. Кузьмін, О.Г. Мельник – К.: Академвидав, 2007. – 464 с.*
2. Дружержученко К. *Бойова машина / К. Дружержученко. – Контракти. – 2009. – № 16–17. – С.34–36.*
3. *Статистичний щорічник “Регіони України”. – 2007. – 817 с.*
4. Топоровська Л.Й. *Формування і реалізація інноваційних програм машинобудівними підприємствами: дис. кандидата економічних наук:08.00.04 / Л.Й. Топоровська. – К., 2009. – 193 с.*
5. Колот А.М. *Мотивація персоналу: Підручник / А.М. Колот. – К.: КНЕУ, 2002. – 345 с.*
6. *Психологія: Словарь / Под общ. ред. А.В. Петровского, М.Г. Ярошевского. – М.: Политиздат, 1990. – 494 с.*
7. Тивончук О.І. *Аналіз формування системи стимулювання інноваційної діяльності. [Електронний ресурс]. – код доступу до ресурсу: http://www.nbuv.gov.ua/Portal/natural/VNULP/Management/2009_647/41.pdf.*
8. *Психологические аспекты управления мотивацией персонала. [Електронний ресурс]. – код доступу до ресурсу: <http://www.pintalab.ru/articles/5>.*
9. Карпунь І.Н. *Мотивація і стимулювання інноваційної діяльності підприємства / І.Н. Карпунь // Вісник Нац. ун-ту “Львівська політехніка”. – 2008. – № 628. – С.529–534.*
10. Колодійчук А.В. *Сутність інновації, структура та основні етапи інноваційного процесу / А.В. Колодійчук, В.М. Пісний, Ж.В. Семчук // Науковий вісник НЛТУ України. – 2009. – Вип. 19.9. – С.191–196.*