

ционных процессов, их возникновения и предотвращения. Большое внимание уделено этапам инновационной деятельности и мерам по решению проблем инновационного процесса на малых предприятиях.

Vasyl'chak S.V., Dubiv V.V. Problems of the innovation process development in a small enterprises

Problems of the innovation process in a small enterprises are described, the main directions of strategies development of innovation activities in the small enterprises. Risks of innovation processes, its appearance and prevention are described. A good deal of attention is prayed to the stages of innovation activities and measures concerning solution of the innovation process in a small enterprises problems.

УДК 658.5.012.1 *Асист. М.М. Вороновська – НУ "Львівська політехніка"*

МЕТОДИЧНІ ПОЛОЖЕННЯ З АНАЛІЗУ СТИМУЛІВ І МОТИВІВ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Наголошено на значенні аналізу стимулів і мотивів інноваційної діяльності у забезпеченні результативності виробничо-господарської та фінансової діяльності підприємств. Розглянуто методи, що використовуються для аналізу стимулів і мотивів підприємства. Для забезпечення системності та цілісності аналізу стимулів і мотивів інноваційної діяльності підприємства сформовано методичні рекомендації та розроблено структурно-логічну схему.

Ключові слова: інноваційна діяльність, мотивування, стимулювання, методичні рекомендації з аналізування.

Інноваційна діяльність підприємств пов'язана з виробництвом нової конкурентоспроможної продукції чи удосконаленням існуючої, зміною процесів управління підприємством тощо. Зміст інноваційної діяльності полягає у тому, що здійснюються нововведення на підприємстві, запроваджуються новітні технології, які дають змогу покращити якісні показники продукції та вдосконалити управлінські процеси [1]. Вона розглядається як один із шляхів покращення фінансового стану підприємств, проте серед промислових підприємств залишається не достатньо розвиненою.

Для прикладу, наведемо дані щодо інноваційної активності у машинобудуванні. Машинобудівні підприємства з чисельністю працівників понад 250 осіб, вважають великими. Рівень їх інноваційної активності становить 23-49 %. Середні машинобудівні підприємства, чисельність персоналу яких становить 50-249 осіб, є інноваційно активними у 11-29 %. Лише у межах 7-23 % є інноваційною активність серед малих машинобудівних підприємств із чисельністю працівників 10-49 осіб [3]. Треба зазначити, що інноваційна активність у машинобудуванні знижується. У 2009 р. серед машинобудівних підприємств такими, які займаються інноваційною діяльністю, визнано 390 одиниць, а це на 8 % менше, порівняно з 2008 р. (згідно з даними Держкомстату) [2]. Отже, підприємствам потрібно розвивати інноваційну активність підприємств та стимулювати їх до інноваційної діяльності.

Для цього потрібно сформулювати систему стимулів і мотивів (під системою стимулів і мотивів інноваційної діяльності підприємства розуміють сукупність взаємопов'язаних і взаємодіючих елементів (якими є мотиви і стимули), що визначають її характер) інноваційної діяльності, що пов'язане також із процесами її аналізування.

Проведений аналіз останніх досліджень та публікацій за проблемою [1-8] свідчить про те, що проблема формування системи стимулів і мотивів інноваційної діяльності підприємства та її аналіз є не достатньо дослідженою. Зокрема, в економічній літературі мало уваги приділено особливостям, принципам аналізу системи стимулів і мотивів інноваційної діяльності, а методика аналізу відсутня як така. Тому наведемо окремі методи управлінського аналізу, які можна застосовувати до системи стимулів і мотивів.

Бенчмаркінг, як порівняльний конкурентний аналіз, дає змогу вивчити та впровадити на підприємстві найкращу практику стимулювання інноваційної діяльності промислових підприємств. Це аналіз здійснюється відповідно до досягнень конкурентів, тому дає змогу дослідити стимули незалежно від обраних напрямків. Особливістю цього методу є те, що він повинен здійснюватись постійно, потребує пошуку підприємства-еталону – бази для порівняння тощо. Бенчмаркінг поширений у стратегічному управлінні, використовується для вдосконалення організаційної структури управління підприємством, пошуку резервів зниження витрат тощо [4, с. 91-94; 5, с. 58-59].

Діаграму Ісікави ("причини-наслідки") переважно використовують для аналізу якості продукції та технологічного процесу. У разі застосування цього методу аналізований показник є "деревом проблеми", стовбуром якого є якість продукції, а гілками – найголовніші чинники впливу на неї та проблеми її забезпечення [6, с. 415-416]. Застосування такого методу під час дослідження стимулів і мотивів матиме низку особливостей. По-перше, стовбуром дерева, у цьому випадку, буде не якість продукції, а результати інноваційної діяльності підприємства. По-друге, його гілками будуть стимули, які доцільно застосувати для мотивування працівників на їх здійснення. Оскільки діаграма має назву "причина-наслідок", а наслідками застосування стимулів є виникнення у свідомості людини мотивів, то її гілки також їх відображатимуть. Це дасть змогу дослідити зв'язок між стимулами та мотивами інноваційної діяльності. Як і під час дослідження статистичних показників якості продукції, діаграма "причини-наслідки" є узагальненням статистичного дослідження, яке доцільно виконувати у вигляді спостереження, інтерв'ювання тощо та графічним наочними представленням його результатів.

Модель досягнення задоволеності клієнта [7, с. 88-90] для здійснення стратегічного аналізу дає змогу відібрати стратегічні цілі шляхом дослідження очікувань клієнта (через визначення його вимог до продукції підприємства) та визначення його задоволеності. Під час аналізу стимулів і мотивів інноваційної діяльності застосування цієї моделі дасть змогу визначити пріоритетні стимули на основі розгляду співвідношення задоволеності працівника та результатів інноваційної діяльності.

Метод аналізу ієрархій [7, с. 90; 8, с. 205] передбачає декомпозицію проблемної ситуації (цільового показника) на окремі складові, що супроводжується її структуруванням та виділенням ієрархії за окремими критеріями її вирішення. Таким чином, цей метод дає змогу встановити зв'язки між чинниками, які не впливають прямо одне на одного. Отже, застосування такого методу в дослідженні стимулів і мотивів дасть змогу визначити вагомість впливу стимулу на результати інноваційної діяльності підприємства. Матриця пріоритетності мотивів відповідно до поширеної і стратегічному управлінні матри-

цею пріоритетності заходів [7, с. 90] дає змогу знайти найкращий варіант величини стимулювання інноваційної діяльності залежно від важливості мотиву.

Усі згадані вище методи сприяють досягненню цілей аналізу системи стимулів і мотивів інноваційної діяльності, проте в разі їх застосування немає системності, система стимулів і мотивів інноваційної діяльності залишається не достатньо дослідженою, що потребує розроблення методичних рекомендацій щодо аналізу існуючих на підприємствах систем стимулів і мотивів інноваційної діяльності на засадах дослідження суб'єктів, об'єктів, напрямків стимулювання інноваційної діяльності, характеру мотивів інноваційної діяльності та їх зв'язку із стимулами та формування можливих методів аналізу.

Відповідно до поставленої проблеми, потрібно розробити методичні положення з аналізу стимулів і мотивів, які дали б змогу досягнути системності щодо аналізу стимулів і мотивів та забезпечили би розвиток інноваційної діяльності підприємств. Під час аналізу стимулів і мотивів інноваційної діяльності, у процесі їх дослідження, який полягає у розкладенні аналізованого об'єкта на складові частини і розгляді кожної частини окремо, доцільно керуватись логічно-структурною схемою (рис.).

Виходячи з того, що стимул є зовнішнім поштовхом до діяльності працівника, а мотив – внутрішнім спонуканням до дій, аналізу згаданих елементів системи потрібно здійснювати окремо один від одного. Оскільки мотиваційні моделі стверджують, що стимул зумовлює у свідомості людини мотив, то від аналізу стимулів потрібно переходити до аналізу мотивів інноваційної діяльності.

Наведена схема (рис.) містить суб'єкт, об'єкт, предмет аналізу стимулів і мотивів інноваційної діяльності підприємства, а також мету, застосовувані методи і результат. Суб'єктом аналізу стимулів і мотивів інноваційної діяльності (яким є суб'єкт керівної системи машинобудівного підприємства) формується мета аналізу, відповідно до якої визначається об'єкт (стимули та мотиви інноваційної діяльності загалом чи будь-яка їх складова частина залежно від визначеної раніше мети аналізу). Предмет аналізу стимулів і мотивів інноваційної діяльності є конкретизацією об'єкта дослідження та визначеним напрямком аналізу. Відповідно до напрямів аналізу, для його здійснення доцільно застосовувати той чи інший метод. Застосування обраного методу дослідження дає змогу отримати результат аналізу. Якщо він не задовольняє мету аналізу, то відбувається її уточнення, що пов'язане зі зміною об'єкта, предмета, методу дослідження.

Ми виділили такі напрями аналізу стимулів інноваційної діяльності машинобудівного підприємства:

- 1) Суб'єкти та об'єкти стимулювання.
- 2) Методи стимулювання інноваційної діяльності, застосовувані на машинобудівному підприємстві.
- 3) Випадки, за яких здійснюється стимулювання інноваційної діяльності підприємства.
- 4) Напрями стимулювання інноваційної діяльності підприємства.
- 5) Джерела коштів для стимулювання інноваційної діяльності підприємства.

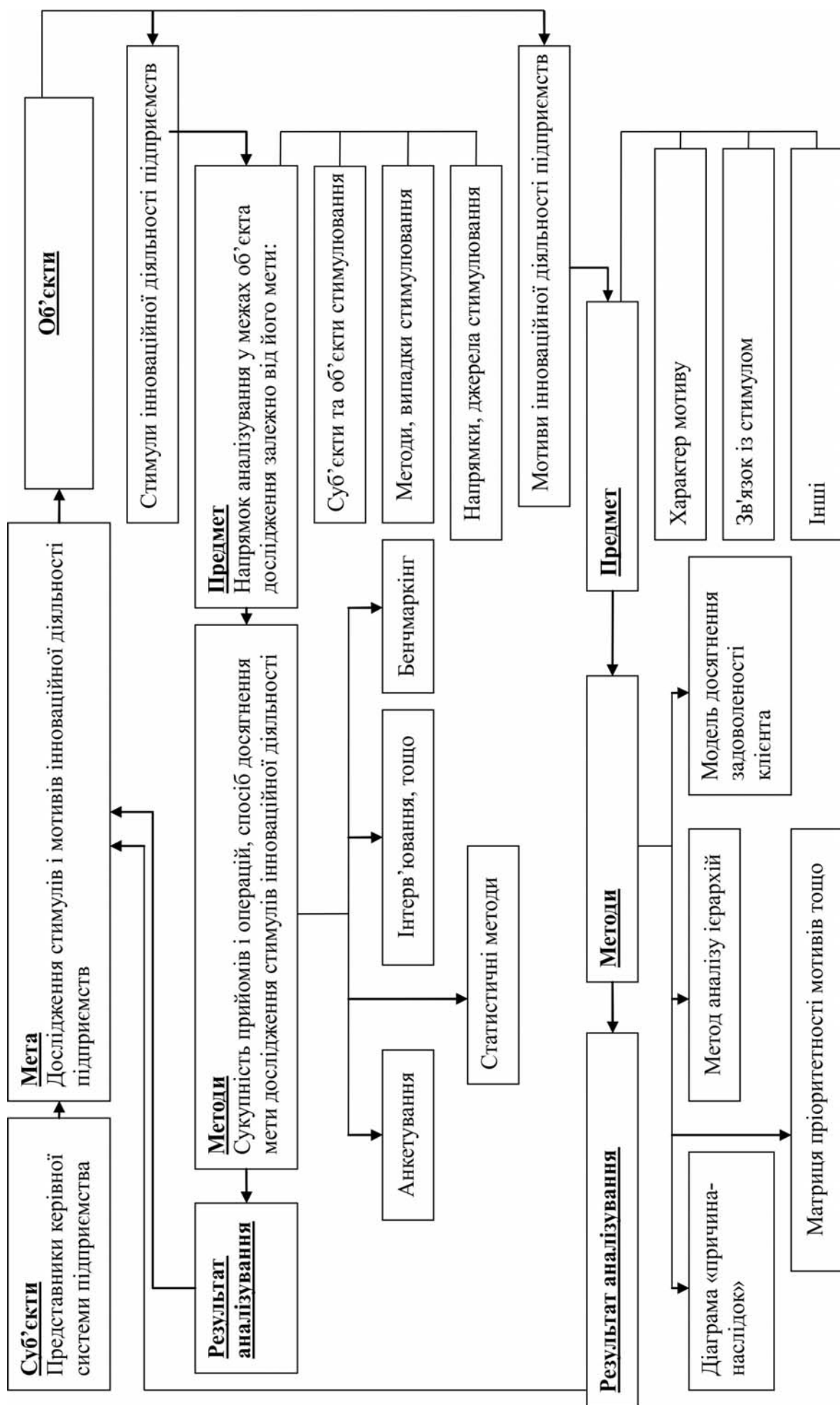


Рис. Структурно-логічна схема аналізування стимулів і мотивів інноваційної діяльності підприємств (авторська розробка)

Перший напрям аналізу стимулів інноваційної діяльності дає змогу визначити тих працівників підприємства, які піддаються мотиваційному впливу завдяки застосуванню стимулів у процесі здійснення ними операцій, які є елементами інноваційної діяльності підприємства та тих осіб керівної системи підприємства, які застосовують цей вплив. Під час аналізу за цим напрямом дослідженню підлягають основні результати інноваційної діяльності підприємства та окремих суб'єктів системи стимулів і мотивів.

Другий напрям аналізу дає змогу визначити методи, які застосовують суб'єкти системи стимулів і мотивів підприємства для мотивування його працівників на здійснення інноваційної діяльності (матеріальне стимулювання, кар'єрний ріст, покращення умов праці тощо).

Напрямок аналізу випадків застосування стимулів інноваційної діяльності дає змогу на основі дослідження виробничо-господарської та інноваційної діяльності промислових підприємств вирахувати найбільш вдалий час для застосування стимулювання (що супроводжується виникненням мотиву та поведінкою працівника), залежно від етапів їх здійснення, та сформувати методичні положення щодо доцільності застосування системи стимулів і мотивів на відповідному підприємстві.

Дослідження напрямків стимулювання полягає у визначенні впливу об'єкта дослідження на результати інноваційної діяльності працівника машинобудівного підприємства, що впливає на формування методичних рекомендацій щодо доцільності застосування системи стимулів і мотивів на відповідному підприємстві.

Для дослідження стимулів інноваційної діяльності потрібно використовувати такі методи: анкетування, інтерв'ювання, статистичні методи, бенчмаркінг тощо. Статистичними методами, рекомендованими для аналізу стимулів і мотивів, є формування та аналізу рядів розподілу, здійснення спостереження, кореляційний аналіз, групування, формування рядів динаміки, використання індексів тощо. Напрямами, пропонованими для аналізу мотивів інноваційної діяльності підприємства, є: характер мотиву; зв'язок мотиву зі стимулом; інше (пріоритетність виникнення мотиву, особливості впливу на діяльність працівника тощо).

Перший напрямок пов'язаний із дослідженням мотивів інноваційної діяльності, їх різновидів, залежності від етапів інноваційної діяльності підприємства та сили впливу на поведінку працівника. Другий напрям полягає в аналізуванні того, як той чи інший стимул здатний сформувати мотив і поведінку працівника, пов'язану зі здійсненням інноваційної діяльності. Інші напрями пов'язані із глибоким дослідженням психології особистості, тому ми детально не розглядаємо. Методами, рекомендованими для аналізу мотивів, є: метод аналізу ієрархій, діаграма "причини-наслідки", модель досягнення задоволеності клієнта, матриця пріоритетності мотивів тощо. Крім цього, можуть використовуватись згадані вище методи опитування, статистичного дослідження тощо.

Інноваційна діяльність є одним із важливих елементів національної економіки. Незважаючи на те, що вона дає змогу здійснити випуск нової конкурентоспроможної продукції, підвищити якість вже існуючої, знизити її со-

бівартість та ресурсомісткість, удосконалити виробничі можливості підприємства, у діяльності вітчизняних підприємств, згідно зі статистичними даними, вона залишається недостатньо розвиненою. Для покращення інноваційної діяльності підприємств необхідно застосувати систему стимулів і мотивів, що потребує розроблення методичних положень з її аналізу.

Для досягнення цих цілей потрібно застосувати науковий підхід та керуватись певною логічно-структурною схемою, яка містить суб'єкт, об'єкт, предмет аналізу стимулів і мотивів інноваційної діяльності підприємства, а також мету, застосовувані методи і результат (рис.). Аналіз стимулів і мотивів інноваційної діяльності доцільно здійснювати окремо, від аналізу стимулів потрібно переходити до аналізу мотивів. При цьому рекомендовано застосувати анкетування, інтерв'ювання, бенчмаркінг, аналіз рядів розподілу, здійснення спостереження, кореляційний аналіз, групування тощо.

У подальших дослідженнях за проблемою потрібно детальніше дослідити етапи інноваційної діяльності машинобудівних підприємств і розвинути методологію мотивування працівників для їх реалізації.

Література

1. Вікіпедія. Вільна енциклопедія. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%B0%D1%88%>.
2. Статистичний щорічник "Регіони України". – 2007. – 817 с.
3. Топоровська Л.Й. Формування і реалізація інноваційних програм машинобудівними підприємствами : дис. ... канд. екон. наук: спец. 08.00.04 / Топоровська Леся Йосипівна. – К. : Вид-во "Лібра", 2009. – 193 с.
4. Редченко К.І. Стратегічний аналіз бізнесу : навч. посібн. / К.І. Редченко. – Вид. 2-ге, [перероб. та доп.]. – Львів : Вид-во "Новий світ-2000", 2003. – 272 с.
5. Гордієнко П.Л. Стратегічний аналіз : навч. посібн. / П.Л. Гордієнко, Л.Г. Дідковська, Н.В. Яшкіна. – Вид. 2-ге, [перероб. та доп.]. – К. : Вид-во "Алтера", 2008. – 478 с.
6. Статистика: теоретичні засади і прикладні аспекти : навч. посібн. / Р.В. Фещур, А.Ф. Барвінський, В.П. Кічор та інші / за ред. Р.В. Фещура. – Вид. 2-ге, [перероб. та доп.]. – Львів : Вид-во "Інтелект-Захід", 2003. – 576 с.
7. Кизим М.О. Збалансована система показників : монографія / М.О. Кизим, А.А. Пилипенко, В.А. Зінченко. – Х. : Вид-во ІНЖЕК, 2007. – 192 с.
8. Вітлінський В.В. Моделювання економіки : навч. посібн. / В.В. Вітлінський. – К. : Вид-во КНЕУ, 2003. – 408 с.

Вороновская М.М. Методические положения по анализу стимулов и мотивов инновационной деятельности предприятия

Подчеркнута роль анализа стимулов и мотивов инновационной деятельности в обеспечении результативности производственно-хозяйственной и финансовой деятельности предприятий, рассмотрены методы, которые используются для анализа стимулов и мотивов предприятия. Для обеспечения системности и целостности анализа стимулов и мотивов инновационной деятельности предприятия сформированы методические рекомендации и разработана структурно-логическая схема.

Ключевые слова: инновационная деятельность, мотивирование, стимулирование, методические рекомендации из анализа.

Voronovska M.M. Methodical statutes are from analysis of stimuli and reasons of innovative activity of enterprise

Underline role of analysis of stimuli and reasons of innovative activity in providing of effectiveness production – economic and financial activity of enterprises, methods which are utilized for the analysis of stimuli and reasons of enterprise are considered. For providing of the system and integrity of analysis of stimuli and reasons of innovative activity

vity of enterprise in the article methodical recommendations are formed and a structurally logical chart is developed.

Keywords: innovative activity, reason, stimulation, methodical recommendations from an analysis.

УДК 339.722.22 (477.8)

Доц. Н.М. Заярна, канд. екон. наук;
студ. Р.Л. Мельник – Львівська КА

ЧИМ ПРИВАБЛИВА ДЛЯ ІНВЕСТОРА ЛЬВІВСЬКА ОБЛАСТЬ?

Здійснено оцінку прямих іноземних інвестицій Львівщини. Визначено чинники привабливості Львівської області для іноземних інвесторів, на основі чого окреслено найбільш привабливі сфери вкладення інвестицій. Встановлено, що основними чинниками, на які інвестор повинен звертати увагу у виборі Львівської області для інвестування, є: значний ресурсний потенціал; дешева та готова до праці робоча сила; значна площа вільної території для розташування підприємств; сприятливе для інвестицій розташування області тощо.

Ключові слова: інвестиції, інвестор, інвестиційна позиція, зовнішньоекономічна діяльність.

Вступ. Дослідження інвестицій, які іноземні інвестори залучають в економіку певного регіону або країни загалом, завжди було актуальною темою. Не є таємницею той факт, що значна кількість підприємств в Україні існує переважно завдяки іноземним інвестиціям. Після кризи, яка розпочалася у 2008 р., інвестиційна позиція України, як зрештою і багатьох країн, значно знизилась. З метою розвитку економіки держави варто представляти той чи інший регіон України в такому вигляді, який був би привабливим для інвестора. Тому актуальність цього дослідження полягає у визначенні чинників привабливості Львівської області для іноземних інвесторів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Іноземні інвестиції є одним із визначальних чинників розвитку промисловості України, оскільки в значну кількість промислових об'єктів країни, а особливо Львівської області, вкладають кошти іноземні інвестори. Серед учених, які досліджували роль іноземних інвестицій у розвиток Львівського регіону, можна виділити таких науковців, як Н.С. Кшиштоф, Ю.Я. Ковальчук, О.О. Сухий, В.Г. Федоренко та ін.

Постановка завдання. Основна *Мета дослідження* – визначити основні фактори, які будуть вирішальними для інвестора, в разі вибору Львівської області для інвестування.

Виклад основного матеріалу. Загалом, говорячи про іноземні інвестиції у Львівську обл., можна зазначити, що згідно зі статистичними даними, регіон є привабливим для іноземного інвестора. Щодо обсягу прямих іноземних інвестицій Львівщини, то станом на 1 липня 2010 р. він становив 1151,8 млн дол. США. У розрахунку на одного мешканця області припало 454,7 дол. США прямих іноземних інвестицій [4]. Упродовж I півріччя 2010 р. у підприємства та організації Львівщини залучено 40,3 млн. дол. США прямих іноземних інвестицій. Якщо говорити про окремі підприємства, які здійснюють інвестиційну діяльність на території Львівщини, то найбільш активними є: ДП "Кроно-Львів" – деревообробна галузь; ДП "Датський текстиль" (пошиття швейних виробів); ТОВ "Леоні Ваерінг Системс УА ГмБХ"