

АНАЛІЗ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ СТИМУЛЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

О Тивончук О.І., 2009

Уточнено сутність поняття „стимулювання інноваційної діяльності підприємств”, запропоновано принципи формування системи стимулювання, визначено її цілі, рівні, форми та методи.

The essence of conception “enterprises innovation activity stimulation” is determined, the principles of stimulation system are proposed, the goals, levels, forms and methods are determined.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Одним із основних чинників активізування інноваційної діяльності підприємств є формування і запровадження дієвої системи стимулювання праці суб'єктів інноваційного процесу, що повинна відповідати стратегічним цілям суб'єкта господарювання та сприяти вирішенню його основних завдань.

Завдання стимулювання праці в інноваційному процесі є особливо складним, зважаючи на особливості цього виду діяльності. Необхідним є також врахування якостей та потреб працівників, зайнятих в інноваційній сфері – керівників різних рівнів управління, наукових та інженерних працівників, маркетологів, фінансистів, робітників досвідного виробництва, допоміжного та обслуговувального персоналу. Люди, зайняті створенням й комерціалізацією нових продуктів та технологій, характеризуються, як правило, високим рівнем освіти, інтелектуального розвитку, володіють аналітичним мисленням, підвищеним почуттям власної гідності, самостійністю та незалежністю. Вони особливо потребують визнання своєї праці, орієнтуються на досягнення значимих результатів, демонструють високу працездатність та продуктивність у випадку цікавої справи тощо.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання цієї проблеми. Проблематика стимулювання інноваційної діяльності підприємств доволі широко розглядається у економічній літературі, зокрема у працях [1–5] та інших. Обґрунтовується необхідність та значущість такого стимулювання, розглядаються його окремі напрями та методи. Разом з тим ряд важливих аспектів цієї проблеми все ще залишаються поза увагою вчених. Так, поглибленого аналізу потребує сутність поняття „стимулювання інноваційної діяльності підприємств”, важливим є узагальнення та систематизація форм та методів стимулювання, розроблення комплексного підходу до створення дієвої та ефективної системи стимулювання.

Цілі статті. Метою статті є розроблення підходів до формування системи стимулювання інноваційної діяльності підприємств.

Основний матеріал дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Глибшому розумінню сутності стимулювання сприятиме розгляд таких тісно пов'язаних категорій, як мотивування, потреби, інтереси, мотиви і стимули. Мотивування визначається як “вид управлінської діяльності, який забезпечує процес спонукання себе та інших працівників до діяльності, що спрямована на досягнення особистих цілей та цілей організації [6, с.196]”. А.М. Колот розуміє мотивування як сукупність рушійних сил (внутрішнього чи зовнішнього походження), які спонукають людину до певних вчинків [5, с. 6].

Під потребами у менеджменті розуміють відчуття фізіологічної або психологічної нестачі чого-небудь [6, с. 196]. Їх поділяють на первинні (фізіологічні) і вторинні (психологічні). Потреби породжують у свідомості людини інтерес. Інтереси, своєю чергою, обумовлюють появу мотивів (від *лат.* “*movere*” – “приводити в рух”, “штовхати”), тобто усвідомленого спонукання до дії. У ширшому розумінні мотиви – це спонукальні причини поведінки і дій людини, які виникають під впливом її потреб і інтересів. До структури мотиву входять:

- потреба, яку людина хоче задовольнити;
- благо, що здатне задовольнити цю потребу;
- трудова дія (дії), необхідна для отримання блага;
- ціна, тобто витрати фізіологічного, матеріального і морального характеру, пов’язані зі здійсненням трудової дії [5, с.10, 11].

Отже, мотиви мають внутрішню природу та зумовлюють певну поведінку людини, спонукають її до вчинків і дій з метою отримання винагороди та досягнення особистих цілей. Результатом цього може бути повне задоволення, часткове задоволення чи незадоволення потреб індивіда.

Поряд із категорією “мотив” у теорії і практиці менеджменту широко використовується поняття “стимул”. Хоча в економічній літературі поширеною є думка щодо тотожності їх змісту, ми не можемо з цим погодитись та підтримуємо підхід І.Б. Швеця, Є.В. Чумаченка та інших вчених, які вважають, що розмежування цих понять є необхідним для створення ефективної системи стимулювання [7, с. 33].

Термін “стимул” (від *лат.* *stimulus* – стрекало, батіг, гостроконечна палка, якою поганяли тварин) означає, як і мотив, спонукання до дії, спонукальну причину. Проте, виходячи з етимології терміна, в його основі лежать зовнішні чинники (матеріальні, моральні тощо). Отже, стимул – це зовнішнє спонукання, що спрямоване на досягнення певної мети, тоді як в основі мотиву може бути як стимул (заробітна плата, премія, вища посада тощо), так і особисті причини (відповідальність, почуття обов’язку, прагнення до самовираження тощо). Слід наголосити, що лише усвідомлений, сприйнятий особою стимул стає мотивом.

Процес формування та використання конкретних стимулів визначається як стимулювання. Так, на думку І.Б. Швеця та Є.В. Чумаченка, “стимулювання представляє собою тип опосередкованого управлінського впливу на поведінку суб’єкта через вплив на умови його життєдіяльності та зовнішні по відношенню до нього обставини, що породжують визначені інтереси та потреби [7, с. 32]”. М.С. Дороніна, Є.Г. Наумик та О.В. Соловійов справедливо підкреслюють, що стимулювання впливає на зовнішні обставини (а не на особистість) за допомогою стимулів, що спонукають до певної поведінки [8, с. 17]. Стимулювання розуміють також як процес використання конкретних інструментів на користь об’єктів стимулювання (людини та організації). Ми підтримуємо підхід А.М. Колота, за визначенням якого стимулювання – це процес зовнішнього впливу на людину для спонукання її до конкретних дій або процес, що спрямований на усвідомлене пробудження в неї певних мотивів та цілеспрямованих дій [5, с. 14]. Отже, стимулювання є одним із засобів, за допомогою якого може здійснюватись мотивування діяльності, зокрема інноваційної. В загальному стимулювання як управлінський процес зорієнтоване на те, щоби спрямувати діяльність керованого суб’єкта управління на досягнення визначених керівним органом завдань.

Отже, стимулювання інноваційної діяльності підприємств ми розуміємо як процес зовнішнього впливу на інтереси підприємств як суб’єктів господарювання та їхніх працівників, інших учасників інноваційного процесу, передусім суб’єктів фінансування інновацій для появи у них спонукального мотиву у здійсненні інноваційної діяльності та підвищенні її ефективності.

Слід підкреслити, що механізм стимулювання інноваційної діяльності підприємств має бути спрямованим на комплексне формування зацікавленості усіх учасників господарських відносин: працівників підприємства, що беруть безпосередню участь в реалізації інноваційних проектів, власників (приватних чи акціонерів) та інвесторів, що визначають можливість інвестицій в інноваційну діяльність, їх масштаб та характер.

Стимулювання інноваційної діяльності на підприємстві вимагає охоплення двох основних напрямів впливу:

підвищення економічної віддачі інновацій, адже у ринковій економіці важливий не сам по собі інноваційний процес, а його фінансовий результат, що виражається у конкретних показниках ефективності: зростанні прибутку, зниженні витрат, підвищенні якості продукції тощо;

стимулювання творчої активності працівників, створення умов для її розвитку.

Яскраво виражений творчий характер – визначальна ознака інноваційної діяльності. Постійне зростання кількості нових продуктів на ринку, скорочення їхнього життєвого циклу вимагають забезпечення неперервного потоку інноваційних ідей. У цих умовах особливого значення набувають здатність особистості до постійного самовдосконалення, відновлення знань, уміння розвивати і використовувати свій потенціал, гнучкість і швидкість реакції, готовність адекватно реагувати на зміни, що відбуваються [2, с. 70]. Люди, як правило, можуть бути наділені здібностями до художньої або до наукової творчості, але створення нових продуктів вимагає їх поєднання. Проте далеко не всі усвідомлюють свій творчий потенціал і схильність до розроблення нововведень. Використання відповідних методів та інструментів стимулювання значною мірою скорочує розрив між потенційними й реальними творчими можливостями дослідників і розробників, підвищує їх творчу активність, здатність до генерування інновацій.

Будь-яка система повинна мати власні цілі та мету діяльності. Основними цілями стимулювання інноваційної діяльності є:

- забезпечення економічної ефективності інноваційних робіт;
- скорочення циклу „дослідження – розробка – впровадження”;
- збільшення кількості інноваційних пропозицій;
- підвищення якості та інтенсивності виконання проектів й праці суб’єктів інноваційного процесу;
- забезпечення високого науково-технічного рівня інновацій;
- зростання інноваційного (науково-технічного) потенціалу підприємства;
- спонукання працівників до постійного підвищення рівня професійних знань, вмінь та навичок, самостійного пошуку інноваційних рішень тощо.

Також важливим є розроблення принципів формування системи стимулювання інноваційної діяльності. На основі аналізу інноваційної діяльності підприємств та методів їх стимулювання нами запропоновано такі принципи (див. рисунок):

комплексність – всебічне врахування інтересів працівників, використання широкого набору стимулів (матеріальних, моральних тощо);

збалансованість – взаємне узгодження елементів системи стимулювання;

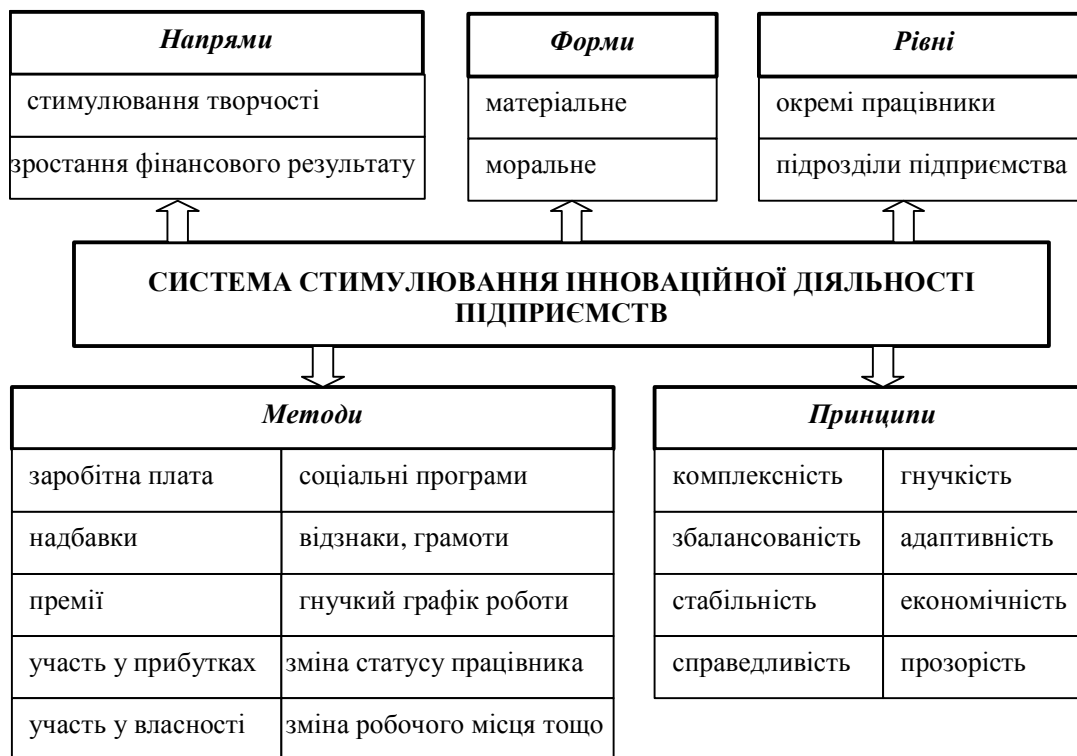
стабільність – надання стимулюванню праці в інноваційному процесі постійного характеру, а не одиничної чи тимчасової акції; організаційне регламентування у вигляді положень, інструкцій, правил тощо;

справедливість та прозорість – система стимулювання повинна визнаватися справедливою співробітниками підприємства та забезпечувати об’єктивну оцінку результатів та ставлення до праці;

економічна доцільність – забезпечення випереджувальних темпів зростання продуктивності праці порівняно з темпами зростання заробітної плати;

гнучкість та адаптивність – адекватне реагування на зміни внутрішнього та зовнішнього середовища організації.

Визначальним елементом системи стимулювання інноваційної діяльності працівників підприємства є матеріальне стимулювання. Для того, щоб матеріальна зацікавленість стала дієвим стимулом активізації участі працівників у створенні та впровадженні інновацій, розмір винагороди має співвідноситись з результативністю інтелектуальної праці і тим самим стимулювати її. Наприклад, рівень оплати праці в інноваційній сфері у США у 2,5, у Японії у 2,7, у Швеції – у 2,1 рази вищий, ніж у промисловості. В Україні ж мотиваційний потенціал оплати інтелектуальної праці використовується недостатньо. За даними дослідження, проведеного “YE Austion Associates” (YAA), за обсягом “втечі мізків” Україна посідає 52-гу позицію серед 60 країн. Поряд із “втечею назовні” спостерігається і “внутрішня”, тобто перехід найбільш здібних молодих фахівців зі сфери досліджень до сфери бізнесу [4, с.534].



Елементи системи стимулювання інноваційної діяльності підприємств

Теорія матеріального стимулювання праці – одна з найважливіших мотиваційних теорій менеджменту – полягає у формуванні та використанні систем матеріальних стимулів праці і розподілу заробітної плати відповідно до закону розподілу за кількістю та якістю праці. При цьому можна виділити дві проблеми вдосконалення оплати праці інноваторів. Перша – система заохочення індивідуальних результатів праці виконавців на основі диференціації розмірів їхньої винагороди відповідно до трудового й творчого внеску в роботу підрозділів і організації загалом; друга – вдосконалення колективних результатів роботи [4, с. 542, 553]. Отже, результати праці слід оцінювати з двох позицій: як кінцеві результати діяльності підрозділів і підприємства загалом та як безпосередні результати праці кожного працівника.

Матеріальне стимулювання праці складається з різноманітних взаємодоповнювальних спонукальних стимулів, пов'язаних єдиним процесом створення матеріальної зацікавленості у здійсненні трудової діяльності [6, с. 207]. Воно передбачає використання посадових окладів з тенденцією до їх індивідуалізації, спеціального преміювання, систем участі у прибутках, участі у власності тощо.

У світовій практиці розроблені та використовуються різноманітні підходи до преміювання працівників, спрямовані на стимулювання інноваційної діяльності. Преміальні фонди за створення, впровадження та виробництво інноваційної продукції створюються на більшості західно-європейських підприємств.

Розмір преміальних фондів найчастіше пов'язують з такими показниками, як частка інноваційної продукції у загальному обсязі реалізованої продукції, темпи приросту обсягу реалізованої інноваційної продукції тощо. Так, за встановленим у компанії “Сіменс” нормативом частка інноваційної продукції має становити не менше чверті [5, с.242, 243]. За досягнення та перевищення цього граничного рівня працівникам компанії виплачують премії із спеціально сформованого фонду. Застосування так званого “цільового преміювання” передбачає нарахування премій за умови виконання визначених договором завдань. Використовується також підхід, коли премії виплачують поетапно: частина (до 50 %) – на проміжних етапах роботи, а решта преміального фонду – після досягнення поставлених цілей.

Протягом останніх років поширюється стимулювання інноваційної діяльності працівників шляхом застосування так званих “відкладених премій”. Вони виплачуються через фіксований термін (один чи два роки) після виходу нової продукції на ринок. Залежно від ефективності реалізації інновації, її оцінки споживачами розмір премій може бути збільшений на відповідний коефіцієнт. На багатьох підприємствах Франції працівникам, задіяним в інноваційному процесі, залежно від результатів праці щорічно нараховується винагорода. При цьому премія залишається на банківському рахунку, а отримують її інноватори лише через визначений період (наприклад, через 5 років). Додатковим стимулом для працівників є те, що нараховані на премію відсотки не підлягають оподаткуванню [5, с.242–244].

Інноваційно орієнтовані компанії приділяють значну увагу організації стимулювання творчості. Так, наприклад, ІВМ заохочує раціоналізаторські пропозиції, що знаходять застосування. Якщо пропозиція приймається, її автор отримує 25 % загальної суми економії протягом двох років після її впровадження. Компанія ЗМ здійснює фінансову підтримку діяльності новаторів за двома напрямками: вільне використання до 15 % свого робочого часу та забезпечення суттєвої ресурсної підтримки через систему грантів, субсидій.

Поряд із матеріальним стимулюванням активно використовуються нематеріальні стимули для активізації інноваційної діяльності працівників та підрозділів підприємства. Найпоширенішими з них є пільги, пов’язані з графіком роботи; цінні подарунки, грамоти, загальноорганізаційні заходи, що не стосуються безпосередньо роботи, так звані “винагороди-вдячності”, винагороди, пов’язані зі зміною статусу співробітника, зміною робочого місця тощо. Застосування системи “пакета послуг” дає працівнику можливість вибору з запропонованої сукупності винагород найбільш відповідних. Важливою є також роль такої компоненти винагороди працівників, як соціальні програми, тобто соціальні пільги та виплати як частина сукупного доходу працівників, що включають медичне та інше страхування, допомогу в отриманні освіти, профпідготовки та перепідготовки, забезпечення відпочинку тощо.

Висновки. Активізація інноваційної діяльності підприємств потребує створення дієвої системи її стимулювання. Ґрунтуючись на принципах комплексності, збалансованості, стабільності, справедливості та прозорості, економічної доцільності, гнучкості та адаптивності, така система повинна охоплювати різні напрями, форми та методи стимулювання як окремих працівників, так і підрозділів підприємства. Подальші наукові дослідження, спрямовані на розроблення нових та удосконалення існуючих методів стимулювання інноваційної діяльності, сприятимуть ефективному розвитку та зміцненню конкурентоспроможності вітчизняних підприємств.

1. Активізація інноваційної діяльності: організаційно-правове та соціально-економічне забезпечення / [О.І. Амоша, В.П. Антонюк, А.І. Землянкін та ін.]. – Донецьк: НАН України; Інститут економіки промисловості, 2007. – 328 с. 2. Інноваційний розвиток та людський потенціал: оцінка та стимулювання / [Д.Є. Козенков, В.М. Вашкелевич, К.М. Солошенко, Є.П. Якубова]; під ред. д.е.н. К.Ф. Ковальчука. – Дніпропетровськ, Системні технології, 2004. – 157 с. 3. Стратегічні виклики ХХІ століття суспільству та економіці України: у 3 т. / [Гець В.М., Александрова В.П., Бажал Ю.М. та ін.]; за ред. В.М. Гейця, В.П. Семиноженка, Б.Є. Кваснюка. – К.: Фенікс, 2007. 4. Економіка й організація інноваційної діяльності: Підручник / [О.І. Волков, М.П. Денисенко, А.П. Гречан та ін.]; під ред. проф. О.І. Волкова, проф. М.П. Денисенка. – К.: ВД “Професіонал”, 2004. – 960 с. 5. Колот А.М. Мотивація персоналу: підруч. / А.М. Колот. – К.: КНЕУ, 2002. – 337 с. 6. Кузьмін О.Є. Основи менеджменту: підруч. / О.Є. Кузьмін, О.Г. Мельник. [Вид. 2-ге, випр., доп.]. – К.: “Академвидав”, 2007. – 464 с. – (Серія “Альма-матер”). 7. Швець І.Б. Экономические основы формирования средств на оплату, стимулирование труда и социальную компенсацию / И.Б. Швець, Е.В. Чумаченко. – Донецьк, 2001. – 252 с. 8. Доронина М.С. Управление мотивацией: [Научн. издание] / М.С. Доронина, Е.Г. Наумик, О.В. Соловьев. – Харьков: Изд. ХНУ, 2006. – 240 с.