основних в розвитку і функціонуванні будь-якої компоненти економіки країни. Сюди необхідно відносити: зниження навантаження на довкілля, збереження і відтворення природних ресурсів, переоснащення виробництв і впровадження мало- і безвідходних технологій, проведення різних природоохоронних заходів, природоохоронна спрямованість інвестицій тощо. Врахування екологічного чинника є необхідним у всіх секторах і галузях економіки [1].

Уряд Україна прагне реформувати економіку в такий спосіб, щоб у можливо короткі терміни перейти до сталого розвитку, а це потребує розроблення і запровадження інструментів екологізації всього спектра виробничих відносин, зокрема екологізації міжнародних економічних відносин, які істотно впливають на національні виробничі відносини. Українська економіка може виглядати більш привабливою для іноземних інвесторів, якщо вона гармонізує своє законодавство, зокрема господарське право, і всю економічну сферу відповідно до європейських і світових екологічних стандартів. Проблеми підвищення ефективності національної економіки необхідно розглядати через призму екологічного імперативу світового господарства, шукати шляхи оптимального функціонування єдиної еколого-економічної системи у контексті проблем сучасної глобалізації [3].

1. Акишин А.С. Екологічна політика зарубіжних країн і України: Уч. допомога. - Волгоград: Вид-во Вол ДУ, 2017. – 228 с. 2. Білявський Г. Основи екології: Підручник для студентів вищих навчальних закладів/ Георгій Білявський, Ростислав Фурдуй, Ігор Костіков. - К.: Либідь, 2015. – 406 с. 3. Наше спільне майбутнє: Доповідь Міжнародної комісії з навколишнього середовища і розвитку (МКОСР) / Пер. с. англ. - М .: Прогрес, 2016. – 376 с.

Мороз Л.І.
Національний університет «Львівська політехніка»

ЛЮДСЬКИЙ ФАКТОР ТА КАДРОВА ПОЛІТИКА ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

Сьогодні в умовах гострої необхідності інноваційного підходу до розвитку вітчизняних підприємств необхідно створити відповідну кадрову політику, яка полягає в ретельному плануванні, організації, мотивації і контролю персоналу, основою чого має бути принцип збереження досвідчених провідних фахівців і залучення нового персоналу у відповідності до інноваційних вимог їх професійного рівня компетенції. Підприємство повинне розглядати свій персонал як капітал, який воно отримало в ході конкурентної боротьби, а витрати на нього – як дострокові інвестиції в інноваційну діяльність. Необхідно, щоб така кадрова політика орієнтувалася на встановлення з кожним працівником, що займається інноваційною діяльністю, тривалих трудових відносин, заснованих на принципах соціального партнерства і дотримання вимог трудового законодавства щодо інноваційної діяльності.

Реалізація сучасних принципів маркетинг-менеджменту персоналу та переосмислення інноваційної діяльності підприємств вимагає підготовки фахівців, здатних займатися цими питаннями. Тому на шляху пошуку продуктивної інноваційної ідеї виникає безліч загальних, специфічних та індивідуальних проблем, яки доцільно розглядати та оцінювати з різних точок зору. Основними складовими цих питань доцільно вважати:

- компетентність, досвід та управлінські здібності персоналу підприємства з метою здійснення інноваційної діяльності;

- наявність споживачів продукції підприємства та знання їх потреб;
- наявність сучасної технології для матеріальної реалізації інноваційної ідеї.

Основним джерелом надходження нових ідей виступають існуючі і потенційні клієнти, фахівці сфери науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт, патентознавці, винахідники. Але ключовою ланкою будь-якого підприємства завжди є керівник, який виконує основні завдання на підставі основних професійних функцій і принципів керівництва, основна мета діяльності якого полягає в скеруванні поведінки та дії підлеглих на досягнення інноваційної мети підприємства. Незважаючи на необхідність досягнення поставленої перед колективом мети, керівник повинен:

- розробляти загальний план як поточних, так і інноваційних дій;
- координувати всі підрозділи управління на здійснення інноваційної діяльності;
- впливати на нижчі рівні управління і їх керівників з метою пропонування та розробки інноваційних заходів;
- підбирати кадри, спроможні здійснювати інноваційну діяльність;
- розкривати потенціал кожного працівника в пошуку нових ідей..

Інвесторів же, у першу чергу, цікавить високий дохід при мінімальному ризику інноваційної діяльності, тому принципово нові вироби можуть бути для них перешкодою до здійснення інвестицій, що також вимагає відповідної управлінської роботи з ними. Виробники також можуть чинити опір впровадженню нововведень, що пояснюється відсутністю точних вартісних оцінок, наприклад, собівартості виготовлення нових виробів, для визначення якої необхідне проведення робіт з технічної підготовки виробництва. На сьогодні технологія є тим фактором, який чинить найбільший вплив на інноваційний розвиток підприємства, тому керівництво повинне збалансувати вимоги технології з робітниками, що її застосовують. Фахівці-технологи вивчають прийнятні способи виробництва нового товару і приступають до оформлення інформації, необхідної для подачі заявки на патент, досліджують проблеми якості і розробляють заходи для її забезпечення в новому виробі.

Фахівці зі збуту здійснюють пошук потенційних споживачів нової продукції, яка потребує перебудови вже існуючої системи збуту, тому відчуваючи реакцію споживачів, збутовики можуть підштовхнути виробників до розробки інноваційної продукції.

Таким чином, в умовах інноваційного розвитку підприємств увага повинна приділятися взаємовідносинам всіх суб’єктів інноваційного процесу при проходженні етапів від розробки до просування нової продукції на ринку. Наскільки правильно будуть обрані канали розподілу товарів, форми і методи їх збуту, широта асортименту і якість послуг, пов’язаних з реалізацією продукції, – все це суттєво впливає на результати інноваційної діяльності підприємства, для успіху в якій розробникам необхідно орієнтуватися на потреби і запити споживачів, виявлених у маркетингових дослідженнях. Тільки при умові взаємодії великої кількості маркетингових, науково-технічних, управлінських рішень, які очолює й об’єднує людський фактор, інноваційна діяльність на підприємстві буде мати шанси на успіх Тобто ефективність інноваційної діяльності підприємства безпосередньо залежить від конкурентоспроможності персоналу, основу якої забезпечують рівень кваліфікації і компетентність персоналу, підвищення його кваліфікації, а також його психологічні і комунікаційні якості. Це дасть можливість формувати раціональні виробничі програми, оперативно реагувати на ринкову ситуацію, перемагати в умовах конкуренції та впроваджувати інновації в діяльність вітчизняних підприємств.

Зараз також доцільним при здійсненні інноваційної діяльності є перехід від індивідуальних до колективних (групових) форм організації праці, які на практиці можуть бути досить різноманітними: спільне вирішення окремих завдань, здійснення виробничого процесу в комплексі (автономні та напівавтономні бригади), виконання «наскрізних» робіт в інноваційній діяльності тощо. Цільові організовані робочі групи,

що здійснюють інноваційну діяльність, дозволяють акумулювати великий обсяг знань, забезпечують краще сприймання й розуміння інноваційних проблем, дозволяють виявити альтернативні підходи у процесі підготовки і прийнятті рішень, а також досягти необхідну узгодженість трудових функцій, ефективну взаємодію та колективну відповідальність всіх працівників у інноваційній діяльності.

Тому кадрову політику підприємства в умовах його інноваційного розвитку слід здійснювати на таких принципах:

- єдина система мотивації праці для усіх співробітників;
- створення атмосфери, яка заснована на відкритості, взаємоповазі та сприянні розкриттю здібностей як кожного працівника, так і колективу в цілому;
- прозорість та об'єктивність системи оплати та мотивації праці;
- періодичне підвищення заробітної плати у зв'язку із результатами інноваційної діяльності;
- використання гнучких систем преміювання з метою врахування індивідуального інноваційного вкладу працівника.

З іншого боку, інноваційний розвиток підприємства з його людським фактором на чолі необхідно розглядати в нерозривному зв'язку як з загальноекономічною стратегією, так і з маркетинговою стратегією, основне призначення якої полягає у тому, щоб узгодити маркетингові цілі інноваційної діяльності з її можливостями, вимогами споживачів щодо інноваційної продукції, використовувати слабкі позиції конкурентів та свої конкурентні переваги.

В умовах інноваційного розвитку українських підприємств повинно змінитися ставлення до висококваліфікованих спеціалістів-інноваторів, які здійснюють організацію інноваційної діяльності, забезпечують її результативність та підвищують ефективність роботи всіх учасників інноваційного розвитку, який буде мати шанси на успіх тільки при умові взаємодії маркетингових, науково-технічних та управлінських рішень, які очолює й об'єднує людський фактор.

Музиченко-Козловська О.В.
Національний університет "Львівська політехніка"

ПРОБЛЕМИ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ ПРАВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ В УКРАЇНІ

Сучасна економіка розвивається не на базі природних чи інших матеріальних ресурсів, а на основі впровадження у виробництво новітніх наукових розробок ти комунікаційних технологій. Комерціалізація є важливим етапом інноваційного процесу, яким зацікавлені не лише розробники нематеріальних цінностей чи інтелектуальних продуктів, але й підприємці, які їх впроваджують у виробництво чи іншу практичну діяльність. Вона стимулює та мотивує інноваційно-інвестиційну діяльність. Здатність виробляти та впроваджувати науково-технічні розробки підвищує конкурентоспроможність підприємств.

Дослідженню проблем, пов'язаних з комерціалізацією інтелектуальної власності, присвятили свої праці О.Є. Кузьмін [1], Н.О. Шпак [2], О.Б. Бутнік-Сіверський [3], Г.Л. Ступнікер [4] та інші. Однак, у роботах цих вчених недостатньо висвітлені проблеми правого регулювання комерціалізації прав інтелектуальної власності тощо.

Комерціалізація науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт – це сукупність способів і дій для реалізації результатів наукових досліджень у нові чи вдосконалені види промислової продукції, обладнання або технології, методи управління й