

Класний керівник формує мотивацію до навчання кожної дитини, вивчаючи її вікові й індивідуальні особливості для розвитку та стимулювання пізнавальних інтересів; через різноманітні форми й методи індивідуальної роботи створює сприятливі умови для розвитку світоглядної культури, навичок творчої праці, успішного входження дитини в соціум, формування демократичної культури в системі класного самоврядування. Водночас класний керівник дбає про позицію й місце класу в шкільному колективі, сприяючи різновіковому спілкуванню. Для успішного розв'язання питань навчання, виховання й розвитку особистості дитини необхідні активна взаємодія всіх учасників навчально-виховного процесу, диференціація, інтеграція й координація педагогічної праці в єдиному навчальному просторі й соціокультурному середовищі.

Використані джерела

1. «Класний керівник». URL:

<https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%BB%D0%B0%D1%81%D0%>

Микитюк Марія
Західноукраїнський національний університет
(науковий керівник: к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту, публічного управління та персоналу ЗУНУ Котис Н.В.)

МЕХАНІЗМИ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Сьогодні жодне підприємство не обходиться без певних нововведень, іншими словами інновацій. Сьогодні саме завдяки їм підприємства можуть залишатися конкурентоспроможними на ринку і саме вони забезпечують їм стійкий успіх.

Інноваціями прийнято вважати нововведення, яке характеризується істотною відмінністю від попереднього аналога. Інновацією може бути новий або вдосконалений продукт, послуга, зміни виробничого процесу та технологій тощо [1, с. 18]. Виходячи з цього, можна сказати, що інновації є однією із основних сил розвитку підприємства, тому керівництву необхідно вміти правильно і раціонально управляти інноваційною діяльністю, яка є однією з головних складових стратегічної діяльності підприємства.

Таким чином, проблематика розвитку інновацій надзвичайно актуальна у наші дні, так як без правильного управління інноваційною діяльністю підприємство не зможе вистояти в умовах конкуренції на ринку.

Інноваційним процесом прийнято називати процес по перетворення спеціалізованого наукового знання безпосередньо в інновацію, інакше кажучи, у послідовно - паралельну сукупність різних дій або виконуваних робіт, які пов'язані з організацією та подальшим здійсненням інноваційної роботи щодо доведення ідеї до

фактичного продукту, необхідної технології чи послуги, а також її поширення для конкретного використання на практиці [1].

Під інноваційною активністю прийнято розуміти таку характеристику, яка показує ступінь інтенсивності і своєчасності дій щодо кількісного та якісного потенціалу інновацій. Особливу роль в подібному процесі виконують суб'єкти, а також об'єкти інноваційного процесу.

Суб'єктами інноваційної діяльності є фізичні або ж юридичні особи, які приймають безпосередню участь у формуванні інновації на різних етапах даного процесу [2, с. 7]. Об'єктами інноваційної діяльності, в умовах сучасності, прийнято вважати фактичні результати інноваційної діяльності, а саме визначений продукт, поліпшений або ж абсолютно новий [2, с. 7-8]. Також об'єктом можна вважати процес, щодо якого виникають економічні або ж правові відносини безпосередньо між учасниками реалізованої інноваційної роботи [3, с. 124].

Наявність у підприємства ресурсного потенціалу, а саме: фінансового, матеріально-технічного, інформаційного, кадрового тощо, є основою для прояву інноваційної активності. Але для того, щоб ці ресурси виконували функцію реалізації конкретних інноваційних технологій, підприємство повинно мати здатність максимально ефективно використовувати дані ресурси. Така здатність може бути досягнута за допомогою реалізації фінансових, економічних та інституційних механізмів. Необхідно відзначити, що найбільший рівень інноваційної активності підприємств відзначається у тому випадку, коли наявність сприятливих соціально-економічних та інституційних умов поєднується з самоорганізаційними інноваційними процесами в економічній системі, а також при наявності внутрішніх стимулів у суб'єктів підприємництва до здійснення інновацій.

Найбільш поширеними стимулами інноваційної активності підприємств, як показує вітчизняний і світовий досвід, є наступні: надання безвідсоткових позичок та дотацій, пряме фінансування інноваційних розробок, зниження державних мит, відстрочка або повне звільнення від них, а також надання ряду інших пільг і преференцій економічного характеру.

Низька інноваційна активність вітчизняних підприємств викликана рядом проблем в економіці, таких як:

- інноваційна асиметрія регіонів;
- недостатнє фінансування інноваційних проектів;
- корупція і бюрократія;
- високий ступінь невизначеності умов здійснення інноваційної діяльності підприємств;

- невисокий рівень попиту на інноваційну продукцію;
- низький ступінь зацікавленості в інноваційному розвитку підприємств;
- недостатньо опрацьована законодавча база тощо.

Виходячи з отриманих результатів, можна порекомендувати такі заходи для стимулювання інноваційної діяльності підприємств:

- формування спеціалізованих програм для фактичної підтримки малих інноваційних підприємств;
- здійснення прямого фінансування створення інноваційної продукції, послуг, а також технологій;
- надання різних позик, зокрема безвідсоткове надання грошових коштів;
- дотації і формування приватних інвестиційних, а також венчурних фондів;
- фактичне зменшення державних, а також регіональних мит, які стягаються з індивідуальних винахідників;
- відстрочка фактичної виплати мит або ж повне звільнення від них, в тому випадку, якщо конкретний винахід стосується сфери економії енергії;
- надання спеціалізованих пільг і різних преференцій в процесі реалізації спільних інноваційних проектів підприємствами, НДІ, та університетами;
- безоплатне ведення необхідного діловодства за існуючими заявками індивідуальних винахідників.

Формування і розвиток організаційно-економічного механізму інноваційної діяльності повинні бути направлені на планування і організацію заходів щодо інтенсифікації та стимулювання інноваційної діяльності, а також моніторингу, оцінки і контролю за її результатами.

Використані джерела

1. Микитюк П. П. Інноваційний розвиток підприємства. Навчальний посібник. Тернопіль: ПП «Принтер Інформ», 2015. 224 с
3. Адаменко О. А. Концептуальні засади інноваційного розвитку підприємств. *Наукові праці Національного у-ту харчових технологій*. 2010. №35. С. 5-10
4. Федулова Л. І. Концептуальні засади управління інноваційним розвитком підприємств. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2014. №2. С 122-135.

МнихМар'яна

Західноукраїнський національний університет

(науковий керівник: д.е.н., професор, завідувач кафедри

економіки та економічної теорії ЗУНУ Козюк В.В.)