

РОЛЬ МОТИВУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

© Горшкова Т.С., 2011

В умовах економічної кризи особливо важливим є мотивування інноваційної діяльності, сприяння розвитку та підтримки науково-дослідних і дослідно-конструкторських розробок (НДДКР), що в подальшому дасть змогу покращити фінансові показники діяльності та розширити ринки збуту інноваційної продукції. Зростання рівня конкуренції на ринку вимагає як від держави, так і від підприємства як суб'єкта господарювання, впровадження абсолютно нових напрямів розвитку їх діяльності поряд із використанням досвіду країн з розвинутою економікою.

Сьогодні проблеми розроблення та ефективного впровадження механізму мотивування інноваційної діяльності вивчають такі вчені, як Амоша О.І., Ілляшенко С.М., Собко О.М., Антонюк В.П., Карпенко В.Л. та ін. Більшість із них визначають функцію інновацій як набуття продуктом нових характеристик і комбінацію властивостей продукту. А згідно із проф. Кузьмінім О.Є. мотивування як функція менеджменту являє собою “вид управлінської діяльності, який забезпечує процес спонукання себе та інших працівників на діяльність, що спрямована на досягнення особистих цілей та цілей організації” [2, с. 94]. Отже, мотивування інноваційної діяльності є перспективним напрямом для забезпечення розвитку підприємства на ринку.

Незважаючи на велику кількість розробок та публікацій українських авторів, проблематика мотивування інноваційної діяльності є ще малодослідженою.

Найперспективнішим напрямом в галузі досліджень мотивування інноваційної діяльності видається підхід Фіщенка О.М., котрий зобразив модель узагальненого механізму мотивації інноваційної діяльності [3, с. 90]. Подана ним модель зображає двох суб'єктів: 1 – той, що здійснює мотиваційний вплив, 2 – той, що приймає цей вплив. Перший суб'єкт має за мету певним чином пробудити мотиви другого, стимулюючи його до дій, спрямованих на реалізацію поставлених цілей першого. Також він має опиратись на інтереси, зацікавлення, прагнення та потреби другого суб'єкта, щоб результативно для обох сторін здійснити мотивування працівника. В результаті мотивів, що утворились під дією зовнішніх факторів та тих мотивів, що сформувались самим суб'єктом, формується мотиваційна структура, яка породжує мету, для досягнення якої необхідне безпосереднє виконання певних завдань під впливом стимулюючих чинників. В результаті виконаної сукупності дій кожен із суб'єктів отримує певний результат з якісними та кількісними характеристиками, а також винагороду за виконану роботу. Результат порівнюється із початковими очікуваннями обох суб'єктів і в залежності від рівня задоволення обирається подальша схема їх співпраці.

Тому можна зазначити, що важливо розвивати комунікацію між працівниками, зокрема між керуючою та керованою системами, постійно оновлювати інформаційну базу, що дасть змогу обирати більш оптимальну стратегію мотивування інноваційної діяльності. Отже, механізм мотивування інноваційної діяльності має надзвичайно важливе значення для розвитку підприємства в умовах зростаючої конкуренції, а тому є одним із визначальних шляхів стимулювання економіки України в цілому.

1. *Словник сучасної економіки Макміллана: [пер. з англ.]. – К.: „АртЕК”, 2000. – 640 с.*
Кузьмін О.Є., Мельник О.Г. *Теоретичні та прикладні засади менеджменту: навч. пос. – 2-ге вид. доп. і перероб. – Львів: «Інтелект-Захід», 2003. – 352с.*
3. Фіщенко О.М. *Формування механізму мотивації інноваційної діяльності підприємства / О.М. Фіщенко // Вісник Запорізького національного університету: економічні науки. – 2010. - №3(7). – С. 84-92.*