

**Міністерство освіти і науки України
Сумський державний університет
Кафедра маркетингу та УІД
Сумський регіональний центр
інтелектуального розвитку
Українська асоціація маркетингу
Всеукраїнська спілка вчених-економістів**

**Збірник тез доповідей
ІХ Міжнародної
науково-практичної конференції**

**«МАРКЕТИНГ ІННОВАЦІЙ
І ІННОВАЦІЇ У МАРКЕТИНГУ»**

24-25 вересня 2015 року

Суми 2015

АНАЛІЗ МОТИВАЦІЙНОГО ПРОЦЕСУ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Фінансові негаразди і дефіцит досвідчених, висококваліфікованих творчих фахівців, неготовність персоналу активно залучатися до реалізації процесів за сучасних умов, нездатність керівного складу використовувати інноваційні системи управління стримують розвиток підприємств. Є очевидною гостра необхідність радикальних змін парадигми розвитку системи мотивації праці, яка залишається досить неефективною та суперечить цілям інноваційного розвитку, підвищенню конкурентоспроможності підприємств.

Зважаючи на те, що активна інноваційна діяльність є основним джерелом розвитку сучасних промислових підприємств, важливо вміло використовувати мотиваційні важелі для підвищення ефективності управління цією діяльністю.

Серед українських дослідників тематики мотивації інноваційної діяльності можна назвати Л. К. Безчасного, який, аналізує процес створення механізму мотивації до науково-технічної діяльності [1]; Є. М. Воробйова і Т. І. Шедякову, які акцентують увагу на вивченні мотиваційного механізму інноваційної діяльності працівників, його структуру, особливості у порівнянні з мотиваційним механізмом трудової діяльності, наголошуючи при цьому, що головне завдання механізму мотивації інновацій полягає в пробудженні зацікавленості до самої праці [2]; Б. Т. Кліяненко, І. А. Фесенко, В. А. Жукова, які пропонують створити на підприємстві систему інноваційного обліку з видачею авторам відповідних свідоцтв та виплатою матеріальної винагороди [3]. Таким чином, у сучасній науковій літературі питання мотивації розглянуто досить ґрунтовно, але теоретичні досягнення і розробки не повною мірою відображають важливість інноваційної активності персоналу та її стимулювання. Результати аналізу наукових поглядів вітчизняних і зарубіжних фахівців, без сумніву, внесли вагомий вклад у розв'язання теоретичних та прикладних аспектів проблеми управління трудовою мотивацією персоналу і служать важливою базою щодо подальшого поглибленого дослідження означеної проблематики з метою активізації інноваційних процесів на підприємстві.

Разом із тим багатогранність і складність питання побудови та практичного застосування комплексної системи стимулів і мотивів

діяльності персоналу підприємства як важеля підвищення інноваційної активності не одержали свого остаточного визначення, особливо на машинобудівних підприємствах за умов їх реформування в ринкових умовах. У цьому аспекті найбільш складною і актуальною стає проблема пов'язана із оптимізацією розробки науково-обґрунтованої цілісної системи мотивації високопродуктивної праці персоналу підприємств, зорієнтованої на розвиток інноваційної активності всіх учасників виробничого процесу. Суб'єкти господарської діяльності, плануючі вихід на ринок повинні очікувати серйозну конкуренцію і тому необхідний високий інноваційний рівень їх продукції. Інтеграція виробництва і науки – найважливіша умова швидкого та ефективного формування інноваційно-активного колективу підприємства, здатного використовувати наукові розробки і виробляти високотехнологічний, конкурентоспроможний інноваційний продукт [4].

У розумінні А. М. Колота фундаментом стабільного успіху підприємства є використання інноваційної праці, яка являє собою цілеспрямовану трудову діяльність з високою часткою інтелектуальної, наукової, творчої компоненти і яка здатна задовольняти конкретні суспільні потреби з більшим корисним ефектом [5, с. 7]. Слід зазначити, що таке твердження є справедливим для сучасних тенденцій розвитку економіки, що ґрунтується на засадах пріоритетного залучення інтелектуально-інноваційних ресурсів, творчого потенціалу всіх учасників виробничого процесу. Разом з тим, важливою є позиція С. І. Кравченка та В. М. Недбаєвої, згідно якої інноваційність є невід'ємною характеристикою і необхідною умовою функціонування й тривалого сталого розвитку суб'єктів господарювання [6, с. 83].

Усвідомлення важливості дослідження аспектів побудови та реалізації моделі інноваційного економічного розвитку звело до необхідності чіткого розв'язання першочергових завдань, пов'язаних із формуванням мотиваційної основи імпульсу до інноваційної активності на рівні людського капіталу як головної рушійної сили трансформацій, єдиного невичерпного інтелектуального джерела виникнення інновацій. Синтезуючи різноманітні тлумачення дефініції «мотивація» та уточнення її змісту з урахуванням інноваційних змін сучасної економіки дозволили сформулювати наступне визначення мотивації інноваційної діяльності як сукупності потреб і мотивів, що спонукають персонал й керівництво до активної діяльності творчого змісту, спрямованої на створення інноваційних продуктів, послуг, форм їх використання, впровадження нових технологій з метою забезпечення підвищення рівня якості робочої сили та

конкурентоспроможності праці.

Виходячи із проведеного аналізу та беручи до уваги наведені визначення в контексті цього дослідження, можна дійти до наступних висновків:

- мотивація – це процес або сукупність пов'язаних управлінських рішень з формування потрібних мотивів, дій працівників;

- мотиваційний процес реалізується в соціально-економічній системі;

- мета процесу мотивації – досягнення підприємством поставлених цілей, в результаті чого будуть задоволені потреби самого об'єкта мотивації;

- результат процесу мотивації – досягнення підприємством поставленої мети – максимізації прибутку;

- усі визначення мотивації умовно можна поділити на два напрями: за першим напрямом мотивація розглядається на структурних засадах як система факторів впливу, за другим напрямом мотивація розглядається в динаміці як певний процес спонукання персоналу.

Зважаючи на те, що у науковій літературі вираженою тенденцією є поширення ототожнення мотивів і стимулів, то першочерговою задачею, у вивченні даної проблематики, є необхідність понятійно-теоретичного усвідомлення відмежування поняття «мотивація» від поняття «стимулювання». У загальному вигляді мотив – це усвідомлена внутрішня спонукальна причина, що обумовлює певний тип поведінки суб'єкта, а стимул – асоціюється з зовнішнім впливом чинників, спрямованих на пробудження в людині цілеспрямованих дій та вчинків. Від того, якими мотивами персонал керується у своїй професійній діяльності, залежить його ставлення до роботи та кінцевий результат діяльності підприємства. Головна відмінність між стимулами та мотивами полягає в тому, що стимули характеризують конкретні блага, а мотиви – прагнення їх отримати.

Слід підкреслити, що прагнення працівників до інноваційної діяльності, вироблення нових ідей забезпечується належним рівнем системи заохочення і стимулювання. Для здійснення інноваційної діяльності важливим є високий рівень освіти та інтелектуальної активності, виражене почуття власної гідності, ініціативності, самостійності і незалежності у поглядах, притаманне творче натхнення, висока працездатність, зацікавленість в одержанні результатів, здатність до виконання трудових функцій. Чим більше творчих завдань та інтелектуальних функцій у роботі, тим помітніше

зростає роль нематеріальних стимулів у процесі інноваційної діяльності.

Головними визначальними причинами зниження творчої активності українських працівників у більшості випадків слід вважати відсутність розвинутої системи матеріальних стимулів і певних гарантій соціального захисту, досконалих засобів оцінки результатів трудової діяльності та заохочень до творчої і активної праці.

Таким чином, в результаті аналізу сучасних наукових поглядів до поняття «мотивація» персоналу доходимо висновку, що мотивація інновацій є сукупністю потреб і мотивів, що спонукають персонал й керівництво до активної діяльності творчого змісту, спрямованої на створення інноваційних продуктів, послуг, форм їх використання, впровадження нових технологій з метою підвищення рівня якості робочої сили та забезпечення конкурентоспроможності виробництва.

1. Бесчастный Л. К. О механизме мотивации к научной и научно-технической деятельности в условиях рыночной экономики / Л. К. Бесчастный // Экономика Украины. – 1995. – № 8. – С. 15-23.

2. Воробьев Е. М. Мотивации современных инноваций: основания и механизмы / Е. М. Воробьев, Т. И. Шедякова // Бизнес Информ. – 1996. – № 3. – С. 16-19.

3. Клияненко Б. Т. Мотивация инновационной деятельности наемных работников творческого труда / Б. Т. Клияненко, И. А. Фесенко, В. А. Жуков // Научные труды Донецкого национального технического университета. Серия: экономическая. Вып. 53. – Донецк, ДонНТУ, 2002. – С. 13-18.

4. Василичев Д. В. Удосконалення організації управління регіональним ринком праці / Д. В. Василичев, Г. Ф. Трифонов, О. Г. Каплина // Соціально-трудові відносини : теорія та практика : зб. наук. праць / голова ред. кол. А. М. Колот. – 2011. – №2. – 144 с. – С. 74-78.

5. Колот А. М. Інноваційна праця та інтелектуальний капітал у системі факторів формування економіки знань / А. М. Колот // Україна : аспекти праці. – 2007. – №4. – С. 4-13.

6. Кравченко С. І. Формування системи мотивації інноваційної діяльності працівників підприємства / С. І. Кравченко, В. М. Недбаєва // Наукові праці Донецького національного технічного університету. Сер. економічна. Вип. 87. – Донецьк, ДонНТУ, 2004. – С. 83-90.

Федорченко А.В.

*ДВНЗ «Київський національний економічний університет
імені Василя Гетьмана»*

СУЧАСНІ ВИКЛИКИ РОЗВИТКУ ТЕОРІЇ МАРКЕТИНГУ І МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Сучасний маркетинг цілком справедливо вважається одним із найважливіших економічних феноменів ХХ ст., що забезпечив