

Список використаної літератури

1. Ілляшенко Н.С. Маркетинг послуг [Електронний ресурс] / Н.С. Ілляшенко. – 2015. – Режим доступу до ресурсу: <https://ocw.sumdu.edu.ua/content/827#node65679>.
2. Маркетинг: Навчальний посібник. / С.І. Чеботар, Я.С. Ларіна, О.П. Луцій, М.Г. Шевчик, Р.І. Буряк, С.М. Боняр, А.В. Рябчик, О.М. Прус, В.А. Рафальська. – К.: «Наш час», 2007. - 504 с.
3. Менеджмент якості: Навчальний посібник. / Шаповал М.І. – К.:, 2007. – 471 с.
4. Основи менеджменту: Навчальний посібник. / Г.В. Осовська, О.А. Осовський. – К.: «Кондор», 2006.- 664 с.
5. Потоцька А.А. Якість послуг: показники якості, методи оцінки, особливості забезпечення [Електронний ресурс] / А.А. Потоцька – Режим доступу до ресурсу : <http://ua-referat.com>.
6. Проценко С. Оцінка задоволеності якістю послуги [Електронний ресурс] / С. Проценко. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.archive-online.ru/read/salespro/437>.

К.е.н., доцент Єпіфанова І.Ю.

доцент кафедри фінансів та інноваційного менеджменту

Вінницький національний технічний університет

E-mail: epifanovairene@gmail.com

МОТИВАЦІЯ ПЕРСОНАЛУ ЯК ЧИННИК АКТИВІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Для забезпечення стійкого розвитку підприємства необхідно забезпечити стійке економічне зростання, яке є здатністю господарюючого суб'єкта нарощувати обсяги виробництва і реалізації продукції за умови підвищення ефективності використання наявних ресурсів і зменшення ступеня впливу

зовнішніх факторів на умови і параметри діяльності з дотриманням принципів ефективності діяльності. В свою чергу, стійке економічне зростання також повинно визначатися певним набором чинників і умов, за яких ці чинники сприятимуть досягненню цілей підприємства в напрямку стійкого економічного розвитку. Сьогодні є загальновизнаним, що саме інноваційний розвиток є економіко формуючим процесом. Інноваційний розвиток економіки притаманний всім розвиненим країнам світу, який є одночасно і чинником, і наслідком економічного піднесення країн. Його ефективність обумовлюється змістом відповідних інноваційних напрямків, що задовольняють потреби динамічного розвитку економіки.

Важливим чинником активізації інноваційної діяльності поряд із належним рівнем фінансового забезпечення виступає рівень мотиваційної політики підприємства. На готовність до впровадження інновацій та темпи такого впровадження впливають деякі характеристики інновацій, що їх сприймають індивіди, окреслені Евереттом М. Роджерсом: відносна перевага; сумісність; складність; випробовність; спостережність.

Мотиваційна політика підприємства має із урахуванням сприйнятності персоналом інновацій, включати в себе систему як мотиваційних чинників, так і стимулів. Метою формування мотивації є стимулювання і підтримка поведінкової активності працівників у напрямку продукування інновацій, що в свою чергу призводить до зростання прибутку підприємства внаслідок впровадження їх в діяльності підприємства. При цьому сама інновація на підприємстві може мати різну форму: від нового продукту до інноваційного управлінського рішення, інноваційних методів енергозбереження, нових прогресивних методів збуту продукції.

Важливість мотиваційної політики можна пояснити також тим, що саме людські знання є початком та умовою існування інновацій. В літературі виділяють два типи знання – явні та неявні [2]. Явні знання, зазвичай, – це ті знання, які безпосередньо зберігаються в діловій базі даних, і є досить корисними за умови їх своєчасного та ефективного використання. За своєю

суттю цей тип знання є бізнес-активом підприємства.

Крім того, підприємства мають неявні знання, які створюються з діяльності людини. Компанія самостійно може також впливати на створення неявного знання через соціальне середовище. Це робить компанію унікальною і привабливою для нових співробітників. Головні умови, які визначають формування соціального клімату, який призводить до розвитку інновацій може бути отриманий за таких двох умов [3]:

- участь всіх співробітників у розвитку інноваційних рішень і створення внутрішнього взаємозв'язку між різними відділами;

- гарантія (від керівництва підприємства) стосовно того, що немає ніякої потреби хвилюватися з приводу помилок, які можуть бути потенційно бути зроблені, в процесі тестування нового рішення.

Отже, ефективна мотиваційна політика сприятиме бажанню працівників продукувати нові нестандартні рішення та ідеї.

На сьогодні існують різні способи класифікації мотиваційних чинників. Основні групи мотиваційних факторів, які вивчаються в багатьох дослідженнях, що стосуються мотивації на рівні менеджменту та на рівні працівника в організації є такими:

- безпечність роботи;
- персональна лояльність керівництва до співробітників;
- цікава робота;
- гарні умови праці;
- дисципліна, яка має тактичну форму;
- високий рівень зарплати;
- можливість кар'єрного зростання в організації;
- гарна оцінка виконаної роботи.

У зв'язку із фінансово-економічною кризою для більшості працівників важливими є матеріальні чинники стимулювання. Досить важливим на вітчизняних підприємствах є мотивація працівників до інноваційних рішень стосовно ресурсозбереження, зважаючи на негативну перманенту динаміку

зростання цін на енергоносії та інші ресурси. До мотиваторів в такому випадку відносять премії і надбавки до зарплати, які рекомендовано надавати пропорційно до внеску у енергозбереження цим працівником. Наприклад, премія може обчислюватися як 10 % від річної економії енергоресурсів у грошовому вимірі, яка досягатиметься при впровадженні запропонованих працівником енергозберігаючих заходів, що не входили в загальний перелік рекомендованих до провадження, але їх економічна ефективність підтверджена аналітично або експериментально [4].

За умов активного використання на вітчизняних підприємствах світового досвіду мотиваційної політики та підвищення рівня та якості корпоративної культури, керівництво матиме змогу покращити стан інноваційної діяльності. Адже працівники, які відчують себе комфортно і організації, мають можливість висловити свою думку та можливість реалізувати свої ідеї, сприятимуть підвищенню інтелектуального капіталу підприємства, а в кінцевому рахунку – прибутку та добробуту усіх працівників та керівництва.

Список використаної літератури

1. Роджерс Еверетт М. Дифузія інновацій /Пер. з англ. В. Старка/ М. Роджерс Еверетт. – К.: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2009. – С.36-37.
2. Keith Goffin Innovation Management: Strategy and Implementation using the Pentathlon Framework / Keith Goffin, Rick Mitchell. – Macmillan Education UK, 2010. – 416 p.
3. P. Koudelková, F. Successful innovation by motivation / P. Koudelková, F. Milichovský // Business: Theory and Practice. – 2015. – № 16(3). – P. 223–230.
4. Джеджула В.В. Енергозбереження промислових підприємств: методологія формування, механізм управління: монографія / В.В. Джеджула. – Вінниця: ВНТУ, 2014. – 346 с.