

**РОЛЬ МОТИВАЦІЇ У ФОРМУВАННІ РИНКУ ІННОВАЦІЙ**

Студ. Король О.М.

Наук. керівник доц. Натрошвілі Г.Р.

Київський національний університет технологій та дизайну  
ФРІТ (м. Черкаси)

В сучасних умовах ринкової економіки основним із напрямів підвищення конкурентоспроможності товаровиробників є широкомасштабне застосування новітніх досягнень науки у сфері техніки, технології і організації виробництва з метою збільшення обсягів і покращення якості продукції. Процес масового поширення інноваційних розробок може здійснюватися системно, безперервно й ефективно лише у тому випадку, якщо буде здійснюватися ефективно формування інфраструктури ринку інновацій. Слід зазначити, що інноваційна інфраструктура ще не досягла необхідного рівня розвитку України, оскільки знаходиться лише на початковому етапі свого формування. Її окремі складові елементи розрізнені і функціонують хаотично. Питання формування інфраструктури ринку інноваційної продукції для усіх галузей виробництва залишається складним і багатоаспектним.

Для ефективного функціонування ринку інновацій необхідна свобода інноваційного підприємництва, вільний обмін нововведеннями: чим менше скутий інноватор, тим більше розвинений ринок інновацій. Вільний обмін нововведеннями дозволяє сформуватися. Мотивацію інновацій можна розглядати в двох аспектах: мотивація створення і продажу інновацій; мотивація покупки інновацій. Будь-яка мотивація складається з чотирьох елементів, до яких відносяться: ціль; мотиви; фактори; прагнення до досягнення мети.

Успіх інноваційного процесу залежить від того наскільки безпосередні учасники Інноваційного процесу зацікавлені в швидкому впровадженні результатів ДДКР у виробництво. З огляду на це, стимулювання інноваційної праці повинно постійно спиратися не лише на матеріальні, а й на нематеріальні (соціально-психологічні) форми стимулювання, орієнтовані на задоволення потреб вищого рівня. У таких умовах інноваційна активність персоналу буде високою, що розширюватиме інноваційні можливості підприємства.

Варто зазначити, що методи стимулювання інноваційної діяльності прямої і непрямой дії мають різне мотиваційне навантаження. Так, методи прямої дії безпосередньо пов'язані із досягненням остаточного результату – комерційної вигоди від упровадження новації. Тоді як методи непрямой дії якраз і спрямовані на формування сприятливого для інноваційної діяльності середовища. У цьому плані успіхи японських та деяких західних виробничих комплексів у розвитку передових технологій, освоєнні нових конкурентоспроможних видів продукції саме завдяки високій інноваційній активності персоналу, яка є продуктом реалізації концепції партисипативного управління (технологія управління персоналом, яка ґрунтується на залученні до прийняття управлінських рішень всіх працівників підприємства).

На сьогодні в інноваційній сфері України спостерігаються згортання процесів раціоналізації та винахідництва; зменшення кількості іноземного патентування; зниження темпів впровадження у виробництво науково-технологічних розробок; нерозвиненість внутрішнього ринку об'єктів промислової власності; низька питома вага досліджень і розробок у загальній сумі інноваційних витрат на підприємствах. тощо. Низький рівень захисту інтелектуальної власності та ліцензування технологій, недоступність венчурного капіталу для нових проектів і кредитів для розвитку підприємництва, політика уряду й національне бізнес-середовище перешкоджають реалізації інноваційного потенціалу.