

С.І. КРАВЧЕНКО, к.е.н, доцент,
В.М. НЕДБАЄВА,
Донецький національний технічний університет

ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ МОТИВАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРАЦІВНИКІВ ПІДПРИЄМСТВА

Інноваційність – невід’ємна характеристика і необхідна умова функціонування й сталого розвитку усіх без винятку суб’єктів господарювання, що визначає спроможність останніх до постійного ініціювання нових ідей та втілення їх у реальне життя з метою підтримки належного рівня конкурентних переваг у гострій конкуренції простору ринкової економіки. В такій ситуації можна було б очікувати підвищення інноваційної активності вітчизняних підприємств, проте спостерігаються зовсім протилежні тенденції. Так, якщо в 1991р. в промисловості України було впроваджено 7303 технологічних процеси, освоєно виробництво 13790 найменувань нових видів продукції, то в 2003р. ці показники значно зменшилися і склали відповідно 1482 і 7416[7, с.350]

Усвідомлення важливості і значущості інноваційної діяльності зробило проблему її активізації об’єктом пильної уваги, звело необхідність теоретичного та практичного вирішення цього питання до рангу одного з першочергових завдань як на державному рівні, так и на рівні окремого підприємства. Переважна частина запропонованих шляхів розв’язання вищезазначеної проблеми, що стали невід’ємними складовими державної інноваційної політики, стосується пошуків можливих джерел фінансування інноваційних процесів, вдосконалення нормативно-правового забезпечення, захисту прав інтелектуальної власності, створення розвиненої інфраструктури інноваційної діяльності тощо. Звичайно не можна заперечувати пріоритетність цих аспектів інноваційної політики, як необхідних умов не тільки інтенсифікації, а й існування інноваційної діяльності взагалі, та поряд із цим неправомірно недооцінювати роль людського чинника в інноваційних перетвореннях – напевно головної рушійної сили інноваційного розви-

тку. Адже саме людина з її безмежним інтелектуальним потенціалом була, є і завжди залишатиметься найвищою цінністю в світі, образно кажучи, “вічним двигуном” прогресу людської цивілізації, єдиним невичерпним джерелом народження інновацій. Тому розуміння мотиваційних основ виникнення імпульсу до інноваційної активності на рівні особистості слід розглядати як один з вихідних моментів активізації інноваційної діяльності.

Осмислення проблеми мотивації трудової поведінки вже досить тривалий час перебуває в центрі уваги як світових, так і вітчизняних науковців і практиків. Однак, поряд із великою кількістю розроблених мотиваційних теорій, проведених теоретичних і практичних досліджень різних сторін мотивації персоналу, питанням специфіки мотивації саме інноваційної діяльності працівників підприємства присвячена ще недостатня кількість наукової літератури. Серед українських дослідників цієї тематики можна назвати М.В. Семикіну і Л.А. Коваль, які в своїй роботі досліджують категорію “інноваційна праця”, розкривають її кількісні і якісні характеристики, аналізують методологію та інструменти виміру продуктивності такої праці, мотиваційні основи її розвитку [1]; Л.К. Безчасного, який, досліджуючи питання мотивації розробників інноваційної продукції з врахуванням особливостей ціноутворення на неї в умовах ринкової економіки, акцентує увагу на необхідності створення такого механізму мотивації до науково-технічної діяльності, що дозволив би перебороти інноваційну інертність усіх господарюючих суб’єктів і забезпечити їх більш активну інноваційну поведінку [2]; Є. Воробйова і Т. Шедякову, які аналізують мотиваційний механізм інноваційної діяль-

ності працівників, його структуру, особливості у порівнянні з мотиваційним механізмом діяльності трудової, наголошуючи при цьому, що головне завдання механізму мотивації інновацій полягає не в примушенні особистості до праці, а в пробудженні в неї інтересу до самої праці [3]; Б.Т. Кліяненко, І.А. Фесенко, В.А. Жукова, які з метою мотивації інноваційної діяльності працівників пропонують створювати на підприємстві системи інноваційного обліку з видачею авторам інновацій відповідних свідоцтв [4]. Таким чином, багато аспектів питання мотивації інноваційної діяльності працівників підприємства набули вже досить серйозного обґрунтування, але комплексного, узагальнюючого дослідження, цілісної теорії сьогодні ще не існує, що актуалізує необхідність подальших пошуків можливих шляхів активізації в мотиваційній сфері працівників спонукальних мотивів до ініціювання й впровадження інновацій. Одним з таких шляхів може стати створення ефективної системи мотивації інноваційної діяльності працівників підприємства.

Мета даної статті полягає у визначенні сутності, ознак і структури системи мотивації інноваційної діяльності працівників підприємства. Але перш ніж з'ясувати зміст питання щодо системи мотивації доцільно дати характеристику загальних основ самої категорії "мотивація".

Існує багато точок зору стосовно розуміння сутності мотивації, що пояснюється багатоаспектністю і міждисциплінарністю цієї категорії, а також суб'єктивними поглядами різних дослідників з приводу цього питання. Синтезуючи різноманітні підходи до тлумачення мотивації і враховуючи їх практичну доцільність стосовно мети даного дослідження, мотивацію можна трактувати як процес вибору людиною певного варіанту цілеспрямованої поведінки, який відбувається під впливом сукупної дії внутрішніх і зовнішніх рушійних сил. В якості рушійних сил виступають внутрішні і зовнішні мотивотворчі фактори, в результаті сукупної дії цих факторів відбувається виникнення чи

актуалізація мотивів (від латинського *movere* – рухати, штовхати), в яких і криється спонукальна причина дій і вчинків людини. До внутрішніх мотивотворчих факторів належать потреби, ціннісні орієнтації, інтереси, менталітет, психологічні риси характеру людини тощо. Зовнішні ж фактори являють собою всі ті умови, які містяться в зовнішньому середовищі і здійснюють спонукальний вплив на індивіда, наприклад, до зовнішніх мотиваторів трудової активності працівників можна віднести заробітну плату, зміст праці, організаційні умови праці, соціально-психологічний клімат в колективі, ступінь відповідальності, ставлення з боку керівництва та інші. Вплив зовнішніх мотиваторів, що використовуються підприємством в трудовій практиці, сприймається особистістю крізь призму внутрішнього "я" (тобто крізь структуровану сукупність внутрішніх характеристик індивіда) і призводить до формування певних мотивів, які змушують людину вчиняти в конкретній ситуації саме так, а не інакше, докладаючи зусилля для досягнення поставленої мети з більшою чи з меншою активністю. При цьому тільки у випадку, коли обрані зовнішні мотивотворчі фактори відповідають потребам, інтересам, цінностям, очікуванням працівників, можна сподіватися на посилення мотивації, а отже, поліпшення результатів діяльності.

Так виглядають загальні сутнісні ознаки процесу трудової мотивації і можна стверджувати, що мотивація праці з інноваційним спрямуванням в певній мірі відповідає цим закономірностям та безумовно має свої специфічні особливості. Одна з головних відмінностей інноваційної праці від рутинної трудової діяльності криється в такій її невід'ємній компоненті, як творчість. З набуванням працею творчого характеру в мотиваційній сфері особистості на передній план виступає потреба в самореалізації, прагнення розкрити потенціал своїх можливостей, проявити свою індивідуальність, людину цікавить не тільки заохочення до ініціювання та впровадження новацій або матеріальна винагорода, яку несе успіх тієї чи іншої ідеї, а великою мірою зміст

самої діяльності. Такий стан, коли прагнення до результативної творчої праці, творчих досягнень виходить від самого працівника (присутня самомотивація), а не від “зовнішнього роздратувача” (наприклад, грошової премії) визнається найбільш ефективним методом підвищення віддачі праці фахівців у сфері нововведень [5, с.235].

Інноваційна діяльність є результатом реалізації творчого потенціалу особистості, але вона визначається не лише природними властивостями людини, а й в значній мірі залежить від параметрів оточуючого середовища. Тільки за наявності сприятливих для самоствердження, самореалізації соціально-економічних умов можливий прояв творчої ініціативи людини, а значить і народження інновацій. Саме такі умови покликана створювати на підприємстві система мотивації праці, орієнтованої на інноваційні досягнення. Що розуміється в даному випадку під системою мотивації? В загальному вигляді систему можна представити як кінцеву множину функціональних елементів і відносин між ними, виділену із середовища відповідно до визначеної мети [4]. Таким чином, як і будь-яка інша система, система мотивації інноваційної діяльності повинна базуватися на певних принципах:

- передусім, являти собою сукупність елементів, роль яких в мотиваційній системі можуть виконувати окремі методи (прийоми) мотивації, серед них: економічні (заробітна плата, додаткові виплати, премії, пільги), організаційні (скорочений робочий день, подовжена відпустка, гнучкий графік роботи), морально-психологічні (визнання особистого вкладу працівника висловленням подяки, персональне вітання з нагоди свят) та інші;

- між елементами системи повинні існувати істотні зв'язки, які виокремлюють систему з оточуючого середовища і визначають її інтегративні властивості. Тільки сукупна дія методів мотивування, з'єднаних в єдине ціле, здатна забезпечити зростання їх загального ефекту до величини, набагато більшої, ніж сума ефектів від незалежної дії цих методів;

- функціонування системи мотивації повинне бути цілеспрямованим, мати чітко визначену мету, що дає змогу оцінювати міру її досягнення та судити про ефективність життєдіяльності системи.

Прагнучи побудувати ефективну систему мотивації інноваційної діяльності працівників підприємства, треба знати, які характерні риси відрізняють її від системи мотивації звичайної трудової діяльності:

- по-перше, кінцева ціль, яку переслідує створювана мотиваційна система, полягає в орієнтації на прояв творчої ініціативи людини, реалізацію новаторського потенціалу особистості кожного працівника, а не лише на підтримку певного рівня чи збільшення продуктивності його повсякденної праці;

- по-друге, комплексне поєднання різномірних прийомів мотивування, головний акцент якого робиться не на примусове спонукання до діяльності або зацікавленість працівників лише в отриманні якоїсь винагороди за виконання найкращим чином певних дій (за правилом “ти мені – я тобі”), а на створення сприятливих умов для виникнення інтересу до самої інноваційної діяльності, коли завдяки задоволеності багатьма аспектами трудової діяльності її зміст був би наймогутнішим чинником активізації творчої активності працівників підприємства;

- по-третє, динамізм системи, тобто її здатність швидко реагувати на зміни параметрів зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства, чутливість її компонентів до змін потреб, інтересів, ціннісних настанов працівників, адже виступаючи важливим каталізатором інноваційних процесів на підприємстві, система мотивації інноваційної активності персоналу підприємства повинна сама носити новачий характер;

- в-четвертих, аналітичність мотиваційної системи, яка полягає в спроможності останньої відслідковувати зміни в мотиваційному кліматі підприємства, виявляти причини цих зрушень, аналізувати характер чинників, що їх спричинили, оцінювати можливі наслідки дії того чи іншого чинника задля прийняття вчасних і ефе-

ктивних рішень щодо внесення певних корективів в структуру діючої системи мотивації.

Беручи до уваги наведені загальні принципи і характерні особливості системи мотивації інноваційної діяльності працівників підприємства, структуру останньої можна представити у вигляді цілісно-

сті трьох складових: інформаційної, аналітичної та функціональної (рис. 1), тісно пов'язаних між собою спрямованістю на досягнення єдиної цілі – активізації інноваційної діяльності підприємства через посилення мотивації його персоналу до розробки і впровадження інновацій.

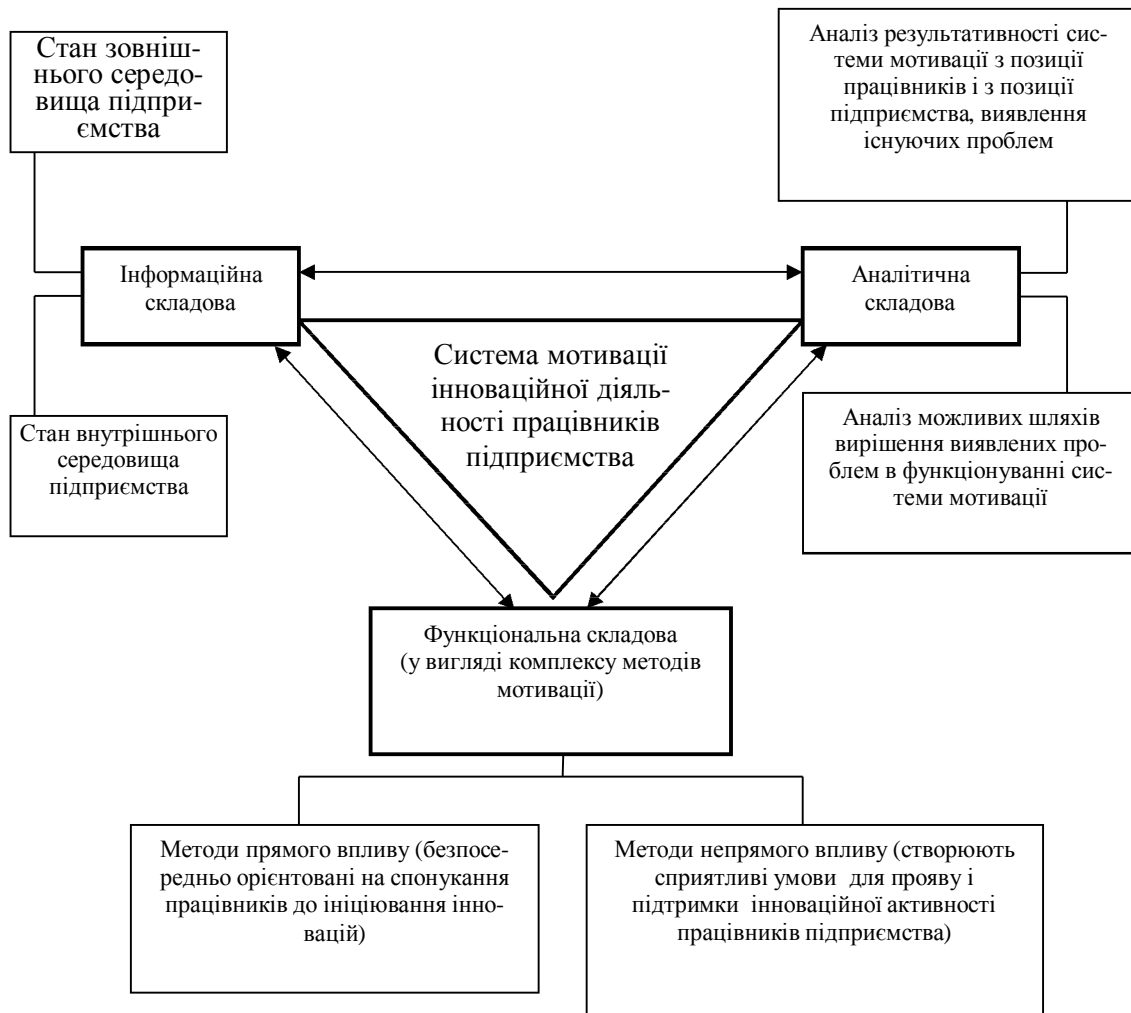


Рис. 1 Система мотивації інноваційної діяльності працівників підприємства

Розглянемо детальніше функції кожної складової запропонованої структури мотиваційної системи. Інформаційна складова системи мотивації інноваційної діяльності працівників підприємства покликана забезпечувати надходження своєчасної і достовірної інформації про стан параметрів зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства, від ефективної організації функціонування цієї складової великою мірою залежить дієвість мотиваційної системи. Інформація

теми. Інформація стосовно зовнішнього оточення підприємства повинна містити дані про сучасні новітні методи мотивації, а також ті методи, що вже знайшли своє успішне застосування в мотиваційній практиці інших підприємств, інших країн; дані про кон'юнктуру ринку праці, враховуючи зміни вартості робочої сили, вимоги до рівня професійної підготовки працівників, їхньої кваліфікації, норми законодавства в сфері трудового права.

Відстеження інформації щодо стану внутрішнього середовища підприємства орієнтоване головним чином на збір даних про персонал підприємства і його мотивацію, але при цьому інформаційна складова мотиваційної системи має бути здатною надати і будь-яку іншу інформацію, що стосується діяльності підприємства, в якій виникає потреба з боку аналітичної складової системи мотивації (ця вимога до інформаційної складової потребує її органічної взаємодії з інформаційними потоками загальної інформаційної системи підприємства). До основних аспектів дослідження персоналу підприємства, які потрібно реалізувати з метою отримання повноцінної інформації про актуальні мотиваційні орієнтації працівників підприємства, належать:

– збір даних про якісні характеристики персоналу: вік, освіту, рівень кваліфікації, стаж роботи, соціальний статус, побутові умови, психологічні характеристики тощо, всі ці особистісні параметри відіграють важливу роль у формуванні структури потреб та актуальних мотивів індивіда;

– визначення ступеня задоволеності реалізованістю існуючих на підприємстві засобів мотивації (у даному випадку мається на увазі отримання інформації про те, наскільки вплив методів мотивації відповідає сподіванням робітників, пов'язаним з тим чи іншим методом, і дозволяє судити про ефективність використання підприємством обраних мотиваторів, про достатній чи недостатній рівень мотивованості персоналу щодо інтенсифікації зусиль як відносно звичайної трудової діяльності, так і діяльності творчого змісту);

– визначення ціннісних настанов працівників, тобто збір інформації про значущість для кожного конкретного робітника тих методів мотивації, що широко використовуються підприємством, і тих методів, які б робітники бажали бачити в арсеналі засобів мотиваційної системи підприємства.

Головним інструментом одержання необхідної інформації про мотивацію працівників виступає анкетування, яке дозволяє

зібрати дані, недоступні при використанні тільки традиційних каналів надходження інформації. Крім того, анкетування має цілу низку позитивних моментів: низькі витрати на його проведення, швидке отримання результатів, велика інформативність і висока якість результатів, більш оперативна реалізація заходів всередині підприємства, поліпшення процесу комунікацій. Особливу увагу слід приділяти розробці опитувальних листів, що повинні містити весь спектр питань, відповіді на які давали б змогу адекватно оцінити дійсне становище в існуючій системі мотивації інноваційної діяльності персоналу підприємства.

Вся сукупність інформації, зібрана і систематизована інформаційною складовою мотиваційної системи, підлягає детальному опрацюванню аналітичною складовою, при цьому основні напрямки аналізу пов'язані з оцінкою результативності функціонування системи мотивації, виявленням її недоліків та пошуками можливих шляхів подолання цих недоліків (рис.1). Аналіз результативності системи мотивації спрямований на визначення ефективності її впливу як на працівників підприємства, так і на результати діяльності самого підприємства. Оцінювання системи мотивації з позиції працівників передбачає визначення наявності і масштабу позитивних зрушень, що відбулися, по-перше, в мотиваційному кліматі підприємства (підвищення ступеня задоволеності працівників реалізованістю їх потреб, інтересів, цінностей, зростання значущості для персоналу нематеріальних методів мотивації, змістовності самого процесу праці тощо), по-друге, в інноваційній активності персоналу (збільшення кількості нових ідей, розробок, запропонованих працівниками підприємства, ступінь їх новизни, перспективності, сприяння впровадженню різного роду інновацій, творчій підхід до вирішення певних питань та ін.). Дієвість системи мотивації з точки зору ефекту для всього підприємства оцінюється мірою внеску кількісних результатів від її функціонування в покращення загальних показників діяльності підприємства (обсяг виробництва, розмір прибутку, якість продукції, продуктивність праці,

економія ресурсів та ін.).

Оцінка ефективності мотиваційної системи може здійснюватися в розрізі кожного окремого методу мотивації, що передбачає порівняння питомих витрат на реалізацію кожного методу із мірою його значущості для персоналу підприємства, а також із ступенем задоволеності реалізацією цього методу. Так, наприклад, якщо певний засіб мотивування має дуже малу значущість, але поглинає забагато матеріальних коштів, то можливо у наявності нерациональні витрати, тому необхідно послабити зусилля стосовно даного методу і спрямувати їх на розвиток інших, більш вагомих для людей мотиваторів. Або якщо метод мотивації характеризується низьким ступенем задоволеності і низькими витратами щодо його реалізації, але має високу цінність для персоналу, то може бути доцільним збільшення витрат на використання цього методу, звісно за умови достатності потрібних ресурсів. Таке співставлення дозволить оцінити економічну доцільність залучення коштів підприємства до тих чи інших методів мотивації і знайти недоліки в існуючій мотиваційній системі з метою її подальшого вдосконалення.

Здійснюючи аналіз ефективності окремих методів мотивації, слід бути обережними з висновками, бо можуть мати місце парадоксальні ситуації, наприклад, це стосується такого заходу мотивування, як заробітна плата. Так склалося, що оплата праці в нашій країні завжди виконувала й продовжує виконувати роль найсильнішого спонукального чинника в занадто матеріалізованій структурі мотивів особистості, та коли мова йде про працю з інноваційною спрямованістю, то визначальними повинні бути такі мотиватори, як задоволення від самої праці, можливість самореалізації, професійне зростання, творчий характер діяльності тощо. Отже, цілком природно, що в адекватній інноваційній діяльності системі методів мотивації заробітна плата має не самий високий ступень значущості для працівників поряд із досить значними витратами, пов'язаними з нею, і цей факт звісно не свідчить про необхідність зменшення витрат щоб привести їх у

відповідність з рівнем значущості матеріального заохочення в структурі ціннісних настанов персоналу підприємства.

Ретельний аналіз результатів функціонування мотиваційної системи дозволяє виявити її сильні й слабкі сторони, визначити проблемні зони як економічного, так і організаційного, соціально-психологічного характеру, що потребують певних зусиль по їх ліквідації. На підставі цих даних здійснюється аналіз можливих шляхів усунення виявлених недоліків діючої системи мотивації інноваційної діяльності працівників підприємства, який базується на використанні всього спектру інформативних матеріалів, зібраних інформаційною складовою системи про стан внутрішнього і зовнішнього середовища підприємства. Втілення у життя того чи іншого рішення подолання існуючих проблем повинне обов'язково враховувати сферу діяльності підприємства, його тактичні і стратегічні цілі, наявність достатнього обсягу коштів для впровадження обраних заходів вдосконалення мотиваційної системи, наявність відповідної до майбутніх змін організаційної структури, кваліфікованих спеціалістів тощо.

Лише за умови поєднання зусиль аналітичної і інформаційної складових мотиваційної системи підприємства можна сподіватись на ефективні дії її функціональної складової, яка саме і відповідає за рівень вмотивованості персоналу до розробки і впровадження інновацій. Функціональна складова являє собою комплекс певних методів мотивації, які можуть бути поділені на методи прямого впливу і методи непрямого впливу на інноваційну діяльність працівників підприємства. Дія методів прямого впливу безпосередньо орієнтована на спонукання працівників до інноваційної творчості, до цих методів можна віднести різного роду матеріальні винагороди за ініціювання нових ідей та їх ефективну реалізацію в сфері виробничої, комерційної, управлінської, фінансової діяльності підприємства; надання необхідної свободи в прийнятті важливих рішень при розробці нововведень; підтримка творчих починань персоналу з боку вищого керівництва; на-

дання можливості брати участь у семінарах, науково-практичних конференціях, можливості підвищувати кваліфікацію; забезпечення персоналу змістовною інформацією про цілі і стратегії впровадження інновацій на підприємстві, роз'яснення значущості індивідуальної ролі працівника в процесі їхньої реалізації; сприяння публікації робіт наукового характеру тощо.

Специфічними методами мотивації інноваційної діяльності персоналу підприємства можна вважати різноманітні методи пошуку нових ідей, які дозволяють подолати інертність мислення людини, усунути психологічні бар'єри і підвищити ефективність творчої роботи, серед таких методів варто згадати мозковий штурм, синектику, метод морфологічного аналізу, метод фокальних об'єктів, метод контрольних питань, метод колективного блокнота, метод Дельфі та інші. Нажаль методи генерації ідей не дістали широкого розповсюдження у практиці вітчизняних підприємств, що пояснюється необізнаністю з їх змістом, перебільшенням складності застосування, недооцінкою ефективності результатів від їх реалізації.

Методи мотивації непрямого впливу забезпечують створення сприятливих умов для прояву новаторських здібностей персоналу і підтримки високого рівня його інноваційної діяльності шляхом найбільш повного задоволення різноманітних потреб, інтересів, очікувань працівників підприємства. До таких методів можна віднести загальноприйняті засоби мотивації трудової діяльності: систему оплати праці, соціальні гарантії, пільги, прийнятні організаційні умови праці, можливість професійного зростання і розвитку, психологічний клімат в колективі, участь в процесі управління підприємством, особисте і публічне визнання досягнень в праці тощо.

Існування єдиного універсального набору методів мотивації, однаково придатного і ефективного для кожного підприємства, апріорі неможливе, тим більше коли мова йде про мотивацію інноваційної діяльності персоналу з її такою непередбачуваною і "примхливою" творчою компонентою, яка потребує особливого ставлен-

ня до себе. Підприємство самостійно вирішує, яким саме методам мотивації віддавати перевагу, коли, де і як їх використовувати найбільш раціонально, але робити це потрібно на комплексній основі, гнучко поєднуючи методи мотивації прямого і непрямого впливу, здатних тільки в сукупності забезпечити реалізацію творчого потенціалу особистості кожного працівника підприємства.

Узагальнюючи все вищевикладене, слід підкреслити, що існування на підприємстві сприятливого для ініціювання і впровадження інновацій мотиваційного середовища можливе лише за умови створення ефективної системи мотивації інноваційної діяльності працівників підприємства. Запропонована організаційна структура такої системи характеризується цілісністю взаємодії інформаційної, аналітичної та функціональної складових, що дозволяє на основі систематичного аналізу інформації про стан внутрішнього і зовнішнього середовища підприємства формувати оптимальний комплекс методів мотивації, націлених на посилення мотивації кожного працівника до активної участі в інноваційних перетвореннях на рівні підприємства. Подальші дослідження щодо створення ефективної системи мотивації інноваційної активності працівників підприємства доцільно спрямувати на розробку конкретного інструментарію для отримання і адекватного оцінювання інформації про мотиваційні настанови персоналу, а також з'ясування засобів вимірювання результативності функціонування такої інноваційноорієнтованої мотиваційної системи.

Література

1. Семикіна М.В., Коваль Л.А. Інноваційна праця в конкурентному середовищі: загальна методологія, мотиваційні основи регулювання. – Кіровоград: Степ, 2002. – 212 с.
2. Бесчастный Л. О механизме мотивации к научной и научно-технической деятельности в условиях рыночной экономики // Экономика Украины. – 1995. - №8. - с. 15-23.

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

4. Клияненко Б.Т., Фесенко І.А., Жуков В.А. Мотивация инновационной деятельности наемных работников творческого труда // Научные труды Донецкого национального технического университета. Серия: экономическая. Выпуск 53. – Донецк, ДонНТУ, 2002. – 260 с.

5. Семикіна М.В. Мотиваційні основи розвитку інноваційної праці в умовах

формування конкурентного середовища // Регіональні перспективи. – 2002 - № 3-4. – с. 234-236.

6. Назарова Г.В. Системний підхід до розв'язання проблемних ситуацій у корпоративному управлінні // Регіональні перспективи. – 2003. – № 2-3. – с.108-110.

7. Статистичний щорічник України за 2003 рік. – К: Консультант, 2004.– 632 с.

Статья поступила в редакцию 10.12.2004

К.О. БОЯРИНОВА,

Національний технічний університет України „КПІ”

ОРГАНІЗАЦІЙНА СТРУКТУРА ІННОВАЦІЙНИХ КОМУНІКАЦІЙ ТА ЇЇ МОТИВАЦІЙНІ МЕХАНІЗМИ

За визначенням Й. Шумпетера в термін „інновація” вкладається дещо більше ніж поняття нововведення чи новітня розробка – нова науково-організаційна комбінація виробничих факторів, що мотивована підприємницьким духом [1]. Для створення інновацій взаємодія суб'єктів інноваційної системи визначається як необхідна, адже їх функціонування без взаємовідносин в процесі інноваційної діяльності робить взагалі неможливим створення новітніх розробок чи нововведень. Основним фактором існування повного інноваційного

циклу є стабільні інтеграційні зв'язки. Забезпечення ефективних взаємовідносин суб'єктів інноваційного ринку вимагає побудови системи інноваційних комунікацій.

В багатьох наукових розробках пропонується лінійна модель інноваційного процесу (рис.1), що не є придатною для розгляду інноваційних комунікацій, оскільки взаємодія суб'єктів інноваційної діяльності може проходити, по-перше, на різних стадіях інноваційного процесу, а, по-друге, наявна зміна його учасників.

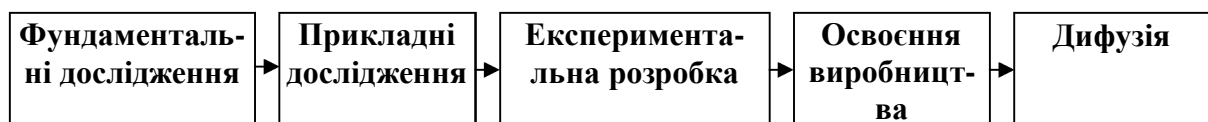


Рис 1. Лінійна інноваційна модель [2]

В.Є. Шукшунов, М.Р. Габайдулін, Ю.Ф. Гортишов, Р.Т. Ференец пропують розглядати інноваційні комунікації у виді матричної моделі, але застосовують дану модель тільки для розгляду організації управління технологічними комунікаціями трансферу інновацій [2]. Аналіз даної моделі показав, що її використання для повного інноваційного циклу є проблематич-

ним, так як введення нових суб'єктів та додаткових етапів інноваційного циклу не дає можливості поступового переходу між матричними елементами, як вимагає матрична структура. Тому структуризація інноваційних комунікацій в процесі інноваційного циклу передбачає використання моделі, що пропонує Г.Д.Ковальов, але