

МОТИВАЦІЯ ІННОВАЦІЙНЕ АКТИВНОГО ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

МЕЛЬНИКОВА К. В.

Вступ. В умовах розвитку науково-технічного прогресу існує потреба спонукати персонал займатися інноваційною діяльністю. Зміна змісту праці в сучасних умовах автоматизації й інформатизації виробництва, підвищення рівня освіти і соціальних очікувань співробітників, значення мотивації в управлінні персоналом зростає.

Мотивація для працівників, зайнятих науково-технічною діяльністю, має більше значення, чим для інших працівників. Це пов'язано зі складністю контролю і нормування праці фахівців, зайнятих науковою діяльністю.

Для успішного розвитку підприємств необхідна система мотивації працівників до інноваційної діяльності, заснована на інтеграції праці і підприємництва, як основних факторів економічного зростання. Персонал підприємств, у формі якого конкретизується політекономічна категорія «праця», вволікає в інноваційну діяльність, у ході якої від кожного працівника потрібні: підтримка здійснюваних інновацій, активна участь у їхній розробці, й підвищення рівня кваліфікації своєї праці в зв'язку з необхідністю освоєння нових процесів на підприємстві.

Дане положення вимагає забезпечення мотивації працівників до інноваційної діяльності, пов'язаної з проблемою подолання опору змінам в економічних системах. Опір змінам перешкоджає або сповільнює досягнення цілей інноваційної політики підприємства. Стимулювання одних працівників до інноваційної діяльності практично безглуздо, якщо існує опір просуванню цих інновацій з боку інших працівників. Крім того, будь-які мотиви інноваційної діяльності будуть неефективні, якщо менеджери підприємства не мають відповідних знань і навичок.

У зв'язку з цим актуальною стає проблема мотивації інноваційне активного персоналу підприємства. Сучасним проблемам мотивації інноваційне активного персоналу не приділяється достатньо уваги. Однак вивченням проблем мотивації праці приділяють увагу багато вітчизняних та зарубіжних авторів, які розглядають проблематику мотивації праці в ринкових умовах Кібанов А.Я., Колот А.М. Маслоу А., Мескон М., Альберт М., Хедоурі Ф., Мішурова І.В., Кутелев П.В. Сладкевич В. П., Співак В.А., Тімошенко І.І., Уткин Е.А., Єггерт М. та інші. [1-11]

Таким чином, різні питання мотивації праці досліджуються як зарубіжними, так і вітчизняними фахівцями. Однак теоретичні та методичні питання мотивації інноваційне активного персоналу в промисловості досліджують сьогодні в меншій мірі, ніж вимагає сучасний рівень і перспективи розвитку інноваційне активних українських підприємств.

Мета статті полягає в узагальненні теоретичних основ мотивації інноваційне активного персоналу підприємств.

У процесі проведення інноваційних заходів від персоналу підприємства потрібна підтримка здійснюваних інновацій, підвищення кваліфікаційного рівня своєї праці внаслідок необхідності освоєння нових процесів, пов'язаних з роботою підприємства в умовах, що змінюються.

Управління відіграє важливу роль у результативності діяльності підприємства. Позитивна мотивація приводить до зростання продуктивності праці. Однак не завжди фактори продуктивності пов'язані з задоволеністю роботою.

Управління мотивацією персоналу є основним завданням сучасних керівників. Управління мотивацією інноваційне активного персоналу – це навмисний вплив на працівника підприємства з метою рішення задач і досягнення інноваційних цілей підприємства.

Управління мотивацією вимагає створення відповідного механізму, що спонукає працівників до творчої роботи і погоджує їхні інтереси з інтересами власника. Результатом дії мотиваційного механізму на підприємстві є

формування спонукань до цілеспрямованої діяльності в інтересах виробництва і колективу з метою задоволення потреб.

У економічній літературі існує безліч визначень поняття мотивація, що розкривають її сутність з різних точок зору (табл.1.)

Проведений аналіз визначень поняття мотивації показав, що вченими це поняття досліджується з різних аспектів, однак у більшості випадків вони носять загальний характер. І такий підхід не завжди доцільний, оскільки для кожної галузі, кожної групи персоналу потрібен диференційований підхід.

Мотивація інновацій являє собою сукупність потреб і мотивів, що спонукають персонал й керівництво до активної діяльності в напрямку інноваційного процесу, науково-технічного процесу й продажу інновацій.

За допомогою мотивації керівництво підприємства може вирішувати наступні задачі:

- визнання праці науковців з метою подальшого стимулювання їхньої творчої активності;
- популяризація результатів праці працівників, що отримали визнання;
- застосування різних форм визнання досягнень;
- схвальне відношення до високих результатів праці робітників;
- забезпечення підвищення трудової активності співробітників.

Завдяки мотивації керівництво підприємства може досягти максимальних результатів праці на основі уявлення про особливості їхнього поведіння.

Структури мотиваційного механізму інноваційної діяльності на підприємствах різноманітні в залежності від умов і характеру виконуваних робіт. Система стимулювання на підприємстві формується по наступних ознаках: прийнята концепція мотивації учасників, способи винагороди, форма стимулювання праці і види використовуваних оцінок його результатів.

Для ефективного використання інтелектуального потенціалу працівників підприємств необхідний комплексний підхід до проблеми

економічного стимулювання їхньої творчої діяльності і процесу використання їхніх ідей.

Таблиця 1

Визначення поняття «мотивація»

Визначення	Автор	Джерело
Мотивація – це процес свідомого вибору людиною того або іншого типу поведіння, обумовленого комплексним впливом зовнішніх (стимули) і внутрішніх (мотиви) факторів.	А.Я. Кібанов	[2]
Мотивація – стан особистості, що визначає ступінь активності і спрямованості дій людини в конкретній ситуації.	Е.А. Уткін	[10]
Мотивація – це не тільки сукупність внутрішніх і зовнішніх рушійних сил, що спонукують людину до діяльності, але і задають межі та форми цієї діяльності, додають їй спрямованість, орієнтовану на досягнення цілей.	І.Тімошенко А. Соснін	[9]
Мотивація – це сукупність внутрішніх і зовнішніх рушійних сил, які спонукають людину до діяльності, визначають поведінку, форми діяльності, надають цій діяльності спрямованість, орієнтованої на досягнення особистих цілей і цілей організації.	А.М. Колот	[3]
Мотивація – це процес спонукання працівника до діяльності для досягнення цілей організації.	І.В. Мішурова, П.В. Кутелев	[6]
Мотивація – це процес спонукання себе й інших до діяльності для досягнення особистих цілей або цілей організації.	М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури	[5]
Мотивація – структура, система мотивів	В.А. Співак	[8]

Сучасна теорія менеджменту не однозначно трактує поняття «стимул» і «стимулювання». З одного боку, вона підтверджує, що спрямованість мотиваційного поведження стимулюється поставленими цілями, тобто останні розглядаються як стимул активного здійснення цілеспрямованої діяльності, з іншого, - стимул у мотиваційному механізмі визначається як результат, на який спрямовані спонукальні мотиви діяльності робітника, а оцінка досягнення цього результату відчувається через одержувану винагороду [1-11].

Винагорода, як складовий елемент мотиваційного механізму, як матеріальне або морально-психологічне втілення оцінки результатів роботи колективу (робітника), завершує цикл усього процесу мотивації праці і є втіленням задоволення матеріальних або моральних потреб.

Особиста матеріальна зацікавленість працівника в створенні, швидкому впровадженні й ефективному використанні інновацій є важливим чинником підвищення ефективності виробництва. Існуючі методи преміювання не завжди пов'язані з реальним впровадженням інновацій, і величина заохочень складає нижню частку очікуваного ефекту.

Відмінність стимулів від мотивів полягає в тім, що стимули характеризують визначені блага, а мотиви – прагнення людини отримати їх.

У загальному вигляді стимулювання – це процес зовнішнього впливу на людину з метою спонукання її до конкретних дій або процес, спрямований на усвідомлення пробудження в ній певних мотивів та цілеспрямованих дій [3].

Стимулювання – вплив не на особистість як таку, а на зовнішні обставини за допомогою благ – стимулів, що спонукують працівника до визначеного поведження [7].

За допомогою стимулювання, з одного боку, створюються сприятливі умови для задоволення потреб працівника, а з іншого, – забезпечується

трудове поведження, необхідне для успішного функціонування підприємства.

Відмінність стимулювання від мотивування полягає в тім, що стимулювання виступає засобом, за допомогою якого можна здійснити мотивування.

Щоб вирішити задачу стимулювання науково-технічної праці керівникам підприємств, необхідно здійснювати наступні заходи:

1) максимально використовувати матеріальні і моральні стимули, створювати взаємодоповнюючу систему стимулювання праці в інноваційному процесі;

2) застосовувати організаційні і психологічні стимули;

3) зробити так, щоб стимулювання праці робітників в інноваційної сфери носило не тимчасовий, а постійний характер;

4) задовольняти потреби вчених і інженерів, створювати сприятливі умови, в яких найбільшою мірою розкривався б їхній творчий потенціал.

У процесі мотивації працівників стимулювання виконує наступні функції: економічну, соціальну, соціально-психологічну, морально-виховну.

Розрізняють дві принципові концепції мотивації: змістовну і процесуальну, розглянуту багатьма вченими-економістами (табл.2) [1-11].

Процес мотивації охоплює наступні послідовні стадії:

1. Виникнення потреби.

2. Пошук шляхів усунення потреби.

3. Визначення цілей (напрямку) дії.

4. Здійснення дій.

5. Одержання винагороди за виконані дії.

6. Задоволення потреби [3].

Сильний прояв потреби мотивує її задоволення. Отже, виявлення таких потреб і створення умов, при яких людина може їх задовольнити, одночасно виконуючи поставлені перед ним завдання, будуть мотивувати підвищення ефективності інновацій.

У робочій обстановці основні потреби зводяться до наступного: винагорода; задоволення роботою; відповідальність; гарні умови праці; статус на підприємстві. Створення можливості задовольнити потреби працівника за допомогою трудової діяльності формують спонукання як мотиви активної участі в цілеспрямованій трудовій діяльності.

Таблиця 2

Основні теорії мотивації

Теорія	Назва	Автор	Теоретична основа
Змістовні теорії	5-уровнева ієрархія потреб	А. Маслоу	Аналізують фактори, що впливають на поведінку людини і його трудову активність. В основі змістовних теорій знаходиться аналіз потреб людини і їхніх впливів на мотивацію трудової діяльності. Теорії описують структури потреб, їхній зміст, ієрархії, пріоритети.
	3-уровнева ієрархія (ERG)	К. Альдерфер	
	2-х факторів: гігієнічних і мотиваційних	Ф. Герцберг	
	Придбаних потреб: досягнення, участь, влада	Д. Мак-Клелланда	
Процесуальні теорії	Теорія очікування	В. Врум	Аналізують, як людина розподіляє зусилля для досягнення визначених цілей і як вибирає конкретний вид поведінки. Процесуальні теорії не заперечують проти впливу потреб на поведінку людей. Ці теорії описують,
	Теорія підкріплення (посилення мотивації)	Б. Скіннер	
	Теорія системи цілей	Е. Локк	
	Теорія справедливості	С. Адамс	

	Модель Портера- Лоулера	Л. Портер Е. Лоулер	пояснюють і аналізують процеси імпульсу, напрямку, підтримки, припинення даного поводження.
--	-------------------------------	------------------------	---

Спонування – це прагнення працівника до трудової діяльності для задоволення своїх потреб за умови одержання винагороди. Винагорода є елементом мотиваційного механізму, вона завершує цикл усього процесу мотивації праці і втілює в собі задоволення матеріальних або моральних потреб.

Класичні і сучасні концепції мотивації погоджуються із переконанням, що зміст спонукальних мотивів до творчості у виробничій діяльності в умовах сучасного виробництва не може бути зведено тільки до задоволення прагматичних інтересів робітників.

В процесі інноваційної діяльності зростає роль нематеріальних стимулів. Пов'язано це з тим, що для здійснення інноваційної діяльності важливим є висока кваліфікація, досвід, зацікавленість в одержанні результатів. Чим більше інтелектуальних функцій і творчих задач у роботі, вище кваліфікація роботи, тим вагомішими для стимулювання творчої активності стають нематеріальні стимули.

Фактори, що впливають на трудову активність працівників, зайнятих новаторством:

- статус;
- висока заробітна плата;
- надбавки і доплати до заробітної плати;
- можливість службового росту;
- можливість розвитку здібностей і підвищення кваліфікації;
- свобода вибору тематики роботи;
- ефективне планування роботи;

- цікава робота під керівництвом відомого фахівця;
- гарна лабораторія, майстерня, кабінет, устаткування;
- відсутність навантаження, не пов'язаного з основною роботою;
- зручна система відпусток;
- відношення до отриманих результатів фахівців інших організацій;
- спорт і суспільні заходи.

Мотиваційними факторами, що впливають на нововведення, є: особисті потреби, інтереси і прагнення працівників; характер і зміст праці; творча робота і взаємопорозуміння; відносини між ініціаторами, організаторами впровадження нововведення, керівниками і персоналом.

На інноваційний клімат на підприємстві впливають різні фактори, зокрема масштаби інноваційної діяльності в галузі, попередній досвід підприємства, відношення до інновацій на рівні вищого керівництва підприємства. Однією з типових реакцій на нововведення є опір змінам.

Факторів, що виступають причиною відмовлення від нововведень:

- опір новим ідеям;
- відсутність мотивації і стимулювання;
- відсутність ринкового попиту або потреби;
- потенціал не був усвідомлений керівниками підприємства;
- недостатня розробка деяких суміжних технологій;
- обмеженість матеріальних, трудових та фінансових ресурсів;
- недостатність інформаційної підтримки;
- слабка кооперація або слабка комунікація;
- інші фактори.

Для ефективного використання інтелектуального потенціалу працівників підприємств необхідний комплексний підхід до проблеми економічного стимулювання їхньої творчої діяльності і процесу використання їхніх ідей.

Висновок. В умовах ринку визначним фактором конкурентоспроможності підприємства стає ефективне управління як

основний елемент інноваційної культури і, відповідно, підготовлений персонал. Постановка цілей і задач інноваційного розвитку підприємства, залучення працівників підприємства до реалізації цих цілей прямо залежить від ефективності мотиваційного механізму, створеного на підприємстві, який багато в чому обумовлений сформульованою на підприємстві концепцією управління інноваційною діяльністю.

У ході аналізу сучасних наукових підходів до мотивації персоналу визначено, що управління мотивацією – це цілеспрямований вплив на працівників підприємства з метою рішення задач і досягнення цілей підприємства. Мотиваційними факторами, що впливають на нововведення, є: особисті потреби, інтереси і прагнення працівників; характер і зміст праці новаторів; творча робота і взаємопорозуміння; відносини між ініціаторами, організаторами впровадження нововведення, керівниками і персоналом.

Список використаних джерел

1. Большой экономический словарь. / Под ред. А.Н. Азрилияна. – 7-е изд. Доп.и перераб. – М.: Институт новой экономики, 2004. – 1376 с.
2. Кибанов А. Я. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности/ Кибанов А.Я.,Баткаева И.А., Митрофанов Е.А., Ловчева М.В. –М.: ИНФРА–М, 2009. - 524 с.
3. Колот А. М. Мотивація персоналу: Підручник. – К.: КНЕУ, 2002. – 345 с.
4. Маслоу А. Мотивация и личность. – СПб.: Питер. – 2008. – 352с.
5. Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента: Пер.с англ. – М.: Дело, 2000. – 704 с.
6. Мишурова И.В., Кутелев П.В. Управление мотивацией персонала: Учебно-практическое пособие. – М.: ИЦК „МарТ”, 2003. – 224 с.
7. Сладкевич В. П. Мотивационный менеджмент. – К.: МАУП, 2001. – 168 с.
8. Спивак В.А. Организационное поведение и управление персоналом. - Учебное пособие. – М.: Эксмо, 2010. – 320 с.

9. Тимошенко И.И. Мотивация личности и человеческих ресурсов : Учеб. пособие / И. И. Тимошенко, А. С. Соснин. – К. : Изд-во Европейского ун-та, 2004 . – 575 с.
10. Уткин Э.А. Мотивационный менеджмент./ Э. А. Уткин, Т. В. Бутова - М.: ТЕИС, 2004. – 448 с.
11. Эггерт М. Мотивация. Что заставляет выкладываться на работе. М. – ГИППО. – 2010. – 144с.