

О ФОРМИРОВАНИИ МОТИВАЦИОННОЙ СОСТАВЛЯЮЩЕЙ РАЗВИТИЯ КРЕАТИВНОСТИ ПЕРСОНАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ

Стадник В.В., Гризовская Л.А.

Хмельницкий национальный университет, г. Хмельницкий, Украина

Функция мотивации в широком спектре ее проявлений используется для решения многих управленческих задач. Важно видеть и возможности ее применения в процессе управления развитием креативности персонала предприятия.

Цель исследования – определить основные мотивационные составляющие развития креативности персонала промышленного предприятия.

Материал и методы. Выборка составила 6 машиностроительных предприятий, на которых методом открытого интервью опрошены работники ведущих функциональных служб аппарата управления.

Результаты и их обсуждение. Изучена структура мотиваций персонала предприятий с высоким и низким уровнем инновационной активности. Определены отличия в мотивационных предпочтениях работников таких предприятий. Логически доказана связь между мотивацион-

ными предпочтениями индивида и эффективностью форм и методов развития персонала, которая условно названа мотивационной силой. Отмечено, что эту связь необходимо учитывать в процессе разработки программ развития креативности персонала предприятия для повышения его инновационной активности.

Заключение. Выявлено, что в рейтинге мотивационных предпочтений мотивация к развитию креативности персонала значительно выше на инновационно-активных предприятиях. Сформулированы рекомендации по совершенствованию системы стимулирования развития креативности персонала на машиностроительных предприятиях.

Ключевые слова: структура мотивации, креативность персонала, мотивационная сила форм развития персонала, инновационно-активное предприятие.

ABOUT FORMATION OF MOTIVATIONAL COMPONENT OF ENTERPRISES' PERSONNEL CREATIVITY DEVELOPMENT

Stadnyk V.V., Grisovskaja L.A.

Khmelnytsky National University, Khmelnytsky, Ukraine

The function of motivation is widely used for solution of many managerial tasks. It is important to see the possibilities of its' usage in a process of management of creativity development of personnel within an enterprise.

The goal of research is to define main motivational components of creativity development of personnel within an industrial enterprise.

Material and methods. The selection included 6 machine-building enterprises, where lead workers of functional departments were questioned.

Results and their discussion. The structure of personnel motivation on enterprises with high and low levels of innovative activity was studied. The differences between motivational preferences of such enterprises workers were defined. The connection between motivational preference of individual and effectiveness of forms and methods of personnel development was logically proven. This connection was conditionally named "motivational force". It was stressed out that this connection should be considered in a process of development of programs of development of personnel creativity in order to increase its' innovative activity.

Conclusion. It was identified that in the rating of motivational preferences the motivation to personnel creativity development is significantly higher on innovatively active enterprises. The recommendations for improving the system of stimulation of personnel creativity development on machine-building enterprises were formulated.

Key words: motivational structure, personnel creativity, motivational force of personnel development forms, innovatively active enterprise.

Функция мотивации в широком спектре ее проявлений используется для решения многих управленческих задач. Общеизвестно, что именно определение мотивационных предпочтений работников предприятия позволяет с большой вероятностью предсказать их реакцию на управленческие решения. Это касается и вопросов развития персонала.

Сегодня практически доказано, что деятельность человека влияет на экономическое развитие больше, чем другие производственные факторы. Однако лишь в том случае, когда в полной мере используется его интеллектуальный капитал. В экономической литературе под интеллектуальным капиталом подразумевается совокупность знаний, навыков, умений человека, его способности к восприятию новой информации в процессе обучения, ее способности к творчеству, благодаря чему создается добавленная стоимость.

Интеллектуальный капитал, олицетворенный в творческом потенциале работников, все больше становится одним из важнейших конкурентных преимуществ современных предприятий, регионов и стран. Это находит свое отражение в трансформации парадигмы экономического развития – от индустриальной экономики до экономики творчества. Основа такой парадигмы – инновации и мобильность; талантливые сотрудники, спо-

собные генерировать новые идеи являются наиболее важным активом компании, а ключевыми факторами управления – влияние, доверие и сотрудничество. В условиях высокой конкуренции необходимо достичь заинтересованности (мотивированности) работников предприятия к постоянному повышению своей профессиональной компетентности, в том числе – через участие в программах развития персонала.

Цель исследования – определить основные мотивационные составляющие развития креативности персонала промышленного предприятия. В основу проведения исследования положено предположение о наличии разницы в степени мотивированности к творчеству работников предприятий с высокой и низкой инновационной активностью, что не позволяет в полной мере использовать их интеллектуальный капитал.

Материал и методы. Выборка составила 6 машиностроительных предприятий, на которых методом открытого интервью опрошены работники ведущих функциональных служб аппарата управления. В интервью включены как общие вопросы, позволяющие дифференцировать респондентов по возрасту, уровню образования, стажу практической работы (в том числе в той сфере деятельности, в которой сейчас работает респондент), так и вопросы, позволяющие определить структуру мотиваций отдельных работников и сделать определенные обобщения. Эти вопросы предполагали несколько вариантов ответов, которые респонденты ранжировали в зависимости от своих предпочтений.

Результаты и их обсуждение. Изучена структура мотиваций персонала предприятий с высоким и низким уровнем инновационной активности. Определены отличия в мотивационных предпочтениях работников таких предприятий. Исследования показали, что все работники, задействованные в процессе разработки и внедрения инноваций, отличаются высоким уровнем образования и интеллектуального развития, выраженным чувством собственного достоинства, самостоятельностью и независимостью во взглядах. Им присуще творческое вдохновение, высокая работоспособность, весомым мотивом для них является достижение поставленной цели.

Вместе с тем, исследования подтвердили, что функциональные обязанности работников предприятия, активно участвующих в инновационной деятельности, характеризуются относительно низкой структурированностью задач и отсутствием четких алгоритмов решений. Это не позволяет при составлении программ стимулирования инновационной деятельности определить четкие критерии оценки конечных результатов, что обеспечивало бы действенность принятых методов и форм стимулирования.

Кроме того, исследования показали, что большинство респондентов из предприятий с низкой инновационной активностью (более 82%) видят слабую связь между своим участием в различных формах повышения квалификации и эффективностью последующей деятельности. В то же время на инновационно-активных предприятиях на существование такой связи указали больше половины опрошенных (53,2%).

Исходя из особенностей мотивационного процесса в инновационной деятельности, можно утверждать, что существует тесная связь между мотивационными предпочтениями индивидов и эффективностью форм и методов развития персонала. Эта связь формируется в плоскости «затраты-результаты» и проектируется на каждую из возможных форм приобретения новых знаний. Выбираются те из них, которые могут в наибольшей степени положительно повлиять на следующие решения человека в сфере его должностных обязанностей и, как следствие, вознаграждение. Поэтому можно говорить о наличии определенной мотивационной силы к приобретению новых знаний – формирующейся у работников с учетом валентности их усилий и результатов (в виде ожидаемого роста вознаграждения – и не обязательно материальной, а в соответствии с приоритетностью мотиваций каждого).

Исходя из этого, нами аргументировано, что для повышения эффективности стимулирования результативной инновационной деятельности необходимо обязательно учи-

тывать мотивационные предпочтения ключевых для инновационного процесса работников. Тем самым можно не только увеличить их способность к творческому генерированию инноваций, но и минимизировать проявления их оппортунистического поведения, обусловленные изменением значимости отдельных работников (их компетенций) в процессе функционирования предприятия.

Учитывая психологические особенности творческих людей, активизация их деятельности должна в значительной степени включать социально-психологические формы стимулирования, ориентирующиеся на удовлетворение потребностей высшего уровня. Кроме того, необходимо, чтобы применяемые методы обогащались в соответствии с изменением мотивационных предпочтений исполнителей. Только в этом случае инновационная активность персонала будет оставаться высокой, что будет способствовать расширению инновационных возможностей предприятия.

Очевидно, что методы стимулирования персонала прямого и непрямого действия имеют различное мотивационное нагрузки. Так, методы прямого действия непосредственно связаны с достижением конечного результата – коммерческой выгоды от создания и внедрения новации. Они являются весомыми стимулами для работников, способных продуцировать инновации, имея для этого надлежащую квалификацию и креативное мышление. Как правило, таких людей немного и они работают в ключевых направлениях деятельности организации. Однако общий успех зависит от успешных действий каждого, поэтому задачей менеджмента современного предприятия является увеличение количества тех, кто приобщается к инновационному процессу, в т. ч. путем улучшения своей работы. Методы непрямого действия как раз и направлены на формирование благоприятной для инновационной деятельности среды (рис.).



Рис. Влияние системы стимулирования развития креативности на результаты деятельности предприятия.

При этом важно, чтобы любые программы развития креативности персонала рассматривались как с позиций их результативности, так и с позиций эффективности. Последнее означает, что расходы на реализацию программ развития должны обеспечивать большую отдачу, чем в случае, если бы такая программа была другой. И эта отдача оценивается через дополнительные доходы, полученные предприятием от деятельности людей, получивших новые знания в ходе реализации программы. На наш взгляд, именно соблюдение этих условий формирует мотивационную основу для реализации программ развития персонала со стороны собственников предприятия и его менеджмента.

Заключение. Выявлено, что в рейтинге мотивационных предпочтений мотивация к развитию креативности персонала значительно выше на инновационно-активных предприятиях. С учетом необходимости повышения количества инновационно-активных предприятий в общей структуре национальной экономики предложены рекомендации по совершенствованию системы стимулирования развития креативности персонала на машиностроительных предприятиях.