

УДК 658.001.76

*А.А. КАРПЮК*, магистр НТУ «ХПИ»

## **МОТИВАЦИЯ ИННОВАЦИЙ**

Сегодня «инновация» – слово дня. Нововведения внедряются там, где склонны к переменам, а сотрудники, ощущая доверие к себе, готовы к творческим порывам. Если говорить о приоритетности в рассмотрении проблем мотивации на каждой из стадий инновационного процесса и формировании действенного мотивационного механизма, то надо отметить, что основное внимание в современных условиях должно уделяться именно этапу зарождения идеи.

Today a «innovation» is a word of day. Innovations are inculcated wherein inclined to the changes, and employees, feeling a trust to itself, are ready to the creative gusts. If to talk about priority in consideration of problems of motivation on each of the stages of innovative process and forming of effective motivational mechanism, it is necessary to mark that basic attention in modern terms must be spared exactly to the stage of origin of idea.

**Ключевые слова:** мотивация, инновация, факторы, сотрудники.

### **Вступление**

На чем строится успех бизнеса? Успех бизнеса держится на трех китах: уникальность бизнес-идеи, самоотдача и профессионализм, и третий – грамотная мотивация персонала.

**Сегодня «инновация» – слово дня.** Все компании хотят, чтобы их считали исключительно инновационными. Но что мы подразумеваем под этим словом? Что мы имеем в виду, когда говорим о высвобождении творческой энергии в процессе трудовой деятельности?

Основными мотивами создания и продажи инноваций для предпринимателей обычно являются:

- повышение конкурентоспособности своих новых продуктов;
- повышение своего имиджа на рынке;
- захват новых рынков;
- снижение ресурсоемкости продукта.

Инновации – это новые идеи, успешно реализованные на практике. Слово «инновация» часто всплывает одновременно со словом «творчество». Иными словами, инновация – это материально осязаемый или видимый результат творчества. Творчество обычно считается чем-то индивидуальным, им трудно управлять. Инновация, напротив, рассматривается как организационный групповой процесс, приносящий экономическую или рыночную выгоду.

Инновациями могут быть как отдельные предложения по улучшению работы, так и новая продукция, соответствующая новым требованиям рынка. Но процветают именно те компании, кто поддерживает нововведения или инновации на всех уровнях деятельности. Сегодня, когда мир меняется так стремительно, очевидно, что инновации жизненно необходимы для нашего будущего [1, с.48].

### **Постановление задачи**

Когда заходит речь о мотивах, лежащих в основе поведения участников инновационной деятельности, то зачастую они сводятся только лишь к прагматическим интересам материального характера и, в частности, к максимизации прибыли, рассматриваемой в качестве основной цели этой деятельности. С этим утверждением трудно не согласиться, поскольку в современном пространстве украинской экономики лейтмотивом мотивации преобладающей части предпринимательства как такового является "нажива" любой ценой. В этой аномальной системе приоритетов мотивации предпринимательства упускается из виду вторичность роли прибыли, как справедливо отметил И. Сорока: "Прибуток для справжнього підприємця не самоціль, не самодостатня цінність, він - джерело підтримки і відтворення підприємництва як економічного феномену й одночасно універсальний індикатор стану процесу підприємництва" [2, с.15]. Выдвигаясь на передний план, материализм сводит к нулю значение и влияние нематериальных факторов на мотивацию деятельности таких, как потребность в самореализации, самоутверждении, любовь к своему "делу", стремление к общественному признанию и другие, которые могут быть и должны быть мощным мотиватором любой, тем более инновационной деятельности.

### **Методология**

Если подвергнуть анализу мотивы инновационной деятельности на различных этапах инновационного процесса и с точки зрения различных его участников, то нельзя стремление к получению максимального экономического эффекта возводить в ранг ведущего мотива в иерархической системе мотивов субъектов-участников инноваций на каждом конкретном этапе. Каждая стадия инновационного процесса характеризуется своей структурой мотивов, находящейся под воздействием многочисленных факторов, способствующих созданию благоприятных условий для творческой деятельности или же препятствующих ее реализации. В результате конструктивного или деструктивного влияния этих факторов происходят изменения в совокупности

мотивов, как в процессе реализации конкретного этапа, так и при переходе к следующей стадии инновационного процесса. Этот переход предполагает определенные трансформации в приоритетности мотивов, ликвидацию одних и возникновение других мотивов, связанные с изменением условий протекания инновационного процесса, со сменой его участников, их потребностей, интересов, целевых установок и т.д.

Например, на этапе зарождения идеи, рассматриваемого как этап поиска, открытия чего-то нового, не существующего в объективной (субъективной) реальности или же изменение и дальнейшее совершенствование уже имеющихся предметов и явлений, в основе творческой активности субъектов могут находиться самые разнообразные мотивы такие, как стремление решить определенную проблему технического, технологического, организационного характера; познавательный интерес; потребность самовыражения, самоутверждения; материальные мотивы и другие. При этом, если на стадии возникновения идеи доминирующим мотивом в системе мотивации субъекта к проведению исследований было стремление решить проблему определенного характера, то, скажем, на этапе экономического обоснования на первый план выдвигается стремление получить максимальный эффект от внедрения наиболее рационального варианта решения данной проблемы.

Если говорить о приоритетности в рассмотрении проблем мотивации на каждой из стадий инновационного процесса и формировании действенного мотивационного механизма, то надо отметить, что основное внимание в современных условиях должно уделяться именно этапу зарождения идеи, так как это источник генерации инноваций, основанный на возможностях кадровой составляющей инновационного потенциала предприятия. Именно человеческий ресурс с его неисчерпаемым интеллектуальным потенциалом является главной движущей силой инновационных трансформаций, поэтому разработка вопросов мотивации творчества (инициирования инноваций) выступает ключевым фактором преодоления существующей сегодня инертности субъектов инновационной деятельности.

**Внешние** мотивообразующие факторы можно условно разделить на позитивные, вызывающие положительную реакцию и активизирующие деятельность субъекта в направлении осуществления инноваций, и негативные, принуждающие к участию в инновационной деятельности (это могут быть различного рода санкции за невыполнение определенных действий, неполучение запланированных результатов). Однако, не следует ориентироваться на вторую группу факторов, которые хотя и способны быть

довольно действенными в отдельных случаях, но сужают свое влияние на мотивацию субъектов-участников инновационных процессов, ослабляют общий уровень мотивации, так как в структуре мотивов доминирует не стремление чего-то достичь, а боязнь наказания. Кроме того, недостаток негативных факторов проявляется в кратковременности их влияния - они оказывают побуждающее влияние только в период их действия.

К **внутренним** стимулам, мотивирующим людей к действию, относятся неосозаемые чувства, такие как счастье, признание, понимание, умиротворение и одобрение. Внутренние поощрения наиболее значимы для долгосрочной мотивации, но их чрезвычайно сложно вызвать, так как они требуют большого количества эмоциональной энергии.

Внешние же стимулы осязаемы и материальны: это деньги, награды, продвижения и подарки. Внешнее поощрение создать просто, но оно кратковременно. К нему очень быстро привыкаешь. Взаимодействие внешних и внутренних мотивов при побуждении к действию окружающих вас людей - это неременный способ эффективного воздействия. Мотивы, порождаемые внешними факторами, непосредственно не связанными с характером деятельности, называются экстринсивными мотивами, к ним относятся: мотив долга и ответственности перед обществом; мотив самоопределения; стремление получить одобрение других, высокий социальный статус; мотивы избежания наказания [3, с.20].

В случае действия этих мотивов привлекательна не деятельность сама по себе, а только то, что с ней связано (например, власть, материальное благополучие, престиж), но это зачастую не достаточно для побуждения к деятельности. Важно, чтобы экстринсивные мотивы были подкреплены процессуально-содержательными (интринсивными) мотивами, когда активность субъекта вызывается не влиянием конкретных внешних факторов, а самим процессом и содержанием деятельности. Субъекту интересно то, чем он занимается, характер деятельности, нравится проявлять свою интеллектуальную и физическую активность. Формирование процессуально-содержательных мотивов особенно актуально в процессе реализации инновационной деятельности, когда заходит речь о творческом характере труда разработчиков инновационной продукции. Необходимо создать такие условия, при которых ведущим мотивом в мотивационной структуре индивида был бы сам процесс интеллектуальной деятельности, не забывая конечно о роли экстринсивных факторов в усилении общего уровня мотивации.

Следующий элемент мотивационного механизма инновационной деятельности связан с непосредственным осуществлением определенных действий мотивируемым субъектом для достижения намеченных целей, при этом, чем выше уровень общей мотивации, тем больше усилий он склонен прилагать. Реализовав конкретную линию поведения, субъект инноваций получает определенный результат, наделенный качественными и количественными характеристиками и который приносит вознаграждение за проделанную работу (оно может быть материальным и нематериальным). Полученный результат соотносится с изначальными потребностями, интересами, ожиданиями как субъекта, осуществлявшего мотивационное воздействие, так и субъекта, испытывавшего это воздействие, и в зависимости от того, в какой степени ожидаемый эффект соответствует полученному в действительности, выбирается линия дальнейшего поведения субъектов.

### **Результат исследований**

Конечный результат является важным фактором, влияющим на мотивацию субъектов-участников инновационной деятельности: положительный результат, соответствующий ожиданиям или превосходящий их способен значительно усилить мотивацию к осуществлению инноваций в дальнейшем, что не требует заново формировать мотивационную структуру субъекта и дает возможность посредством различных стимулов поддерживать, закреплять, развивать, усиливать действие тех или иных мотивов; и, наоборот, отрицательный результат, не принесший удовлетворения от инновационной деятельности, нередко имеющий место, что связано с условиями риска и неопределенности, сопряженных с инновационными процессами и являющихся их неотъемлемой характеристикой, способен разрушить мотивацию, прекратить действие данного мотивационного механизма. Однако этот факт не означает, что исчезнет потребность в инновационной деятельности, желание ее осуществления у различных субъектов, это указывает лишь на необходимость формирования иной мотивации, посредством изменения комплекса мотивообразующих факторов, а, следовательно, и мотивов, побуждающих к активной деятельности в сфере инноваций. [5, с.140]

### **Выводы**

Нововведения внедряются там, где склонны к переменам, а сотрудники, ощущая доверие к себе, готовы к творческим порывам. Однако обязательно четко определить, какие проблемы вы стремитесь решить с помощью инноваций. Замечательное, но абстрактное предложение имеет меньше шансов

на внедрение, чем-то, что разрешит конкретную проблему. Итак самый важный вывод: нововведения появляются там, где они мотивируются.

**Список литературы:** 1. Журнал "Управление персоналом", N15 2006 год. 2. *Сорока І.* "Дух капіталізму" і "дух підприємництва" як генератори мотивації ділової активності // Схід. 1999. - №6. - с.9-17. 3. *Занюк С.С.* Психология мотивации: Теория и практика мотивирования. Мотивационный тренинг. - К.: Эльга - Н: Ника-Центр, 2001. - 352с. 4. Большая Советская Энциклопедия / *Гл. ред. А.М. Прохоров.* изд. 3-е. - М.: "Советская энциклопедия", 1974. 5. *Дафт, Ричард Л.* Менеджмент/ Пер. с англ. В.Вольского и др.; *Под общ. ред. Ю.Н. Каптуревского.* 2-е изд. - СПб.: Питер, 2001. - 832с.

*Надійшла до редакції 06.11.2008 р.*