

ОСОБЕННОСТИ МОТИВАЦИИ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПЕРСОНАЛА

Н.А. Гриднев

Научный руководитель М.А. Мельников

В современном обществе остро встает вопрос мотивации инновационной деятельности персонала. Разделяют различное множество вариаций мотивации, основываясь на различные критерии. К примеру, на основные виды потребностей, на способы, которые используются руководством или достигают какие-либо цели. Но большинство исследователей выделяют две базовые группы мотивации: материальная и нематериальная (некоторые еще выделяют третью – административную или же организационную, но данные исследователи в меньшинстве). Соответственно, в каждой из них существует множество различных факторов, влияющих на активность персонала. Но перед тем, как приступить к рассмотрению этих групп, дадим определение самой мотивации – это психологическое состояние индивида, побуждающее его действовать определенным образом путём внутреннего или внешнего воздействия на присущие ему мотивы труда.

Самым распространённым подходом для стимулирования инновационной активности сотрудников считается использование тарифного метода при расчете заработной платы, что относят к положительной мотивации, когда как присуще ему ещё и отрицательная мотивация в лице санкций – штрафы, лишение премий и т.д.

Однако Е.Е. Первакова отмечает, что при росте материального поощрения продуктивность и эффективность рабочей деятельности сотрудников значительно спадает, поэтому в современном обществе «в связи с переходом к инновационной глобальной экономике отмечается снижение роли чисто материальной мотивации в стимулировании инновационных процессов»[1]. При этом, как выявил Харви Ливайн,

основным барьером творческой активности (проявление моральной мотивации) является низкий уровень доверия к главам руководства. Те же, кто вдохновился трудами американского экономиста украинских корней, считали, что сотруднику категорически нужно использовать свои профессиональные знания и навыки по максимуму, проявлять интерес в своём деле, а соответственно испытывать чувство гордости за качественно выполненный результат своей трудовой активности.

При инновационных разработках упор делается именно на моральное поощрение, однако в экономических реалиях нашей страны превалирует над ней материальная мотивация. Другими словами, отечественные предприятия используют, главным образом, стимулирование своих сотрудников через изменение нормативного и фактического уровня оплаты труда. Однако перед тем, как приступить к рассмотрению данной группы мотивации, снова обратимся к терминологии.

Если верить терминологии «Большого экономического словаря», то «заработная плата – это выраженная в денежной форме часть национального дохода, которая распределяется по количеству и качеству труда, затраченного каждым работником, и поступает в их личное потребление» [2]. При этом она не равняется доходу в полной мере, ведь доход — это просто денежные или иные ценности, получаемые в результате какой-либо деятельности, а в предприятиях основной упор идет именно на зарплату – то есть прямое вознаграждение труда.

На этом моменте, теория сталкивается с реальностью. В тех местах, где у нас упор идет на материальное стимулирование, работодатели сталкиваются с проблемой точной оценки труда, сталкиваясь с изъятиями в справедливом ценообразовании, а также проблемами выступают различие квалификации рабочих с теми же самыми моментами. При этом же моменте инновационный продукт в свою очередь превалирует в цене из-за своей оригинальности, но именно в этом моменте страдает

адекватность оценки трудового вклада. Выплата заработной платы выступает сильным мотиватором только в том случае, если работник считает оплату своего труда справедливой, при этом же, как уже ранее отмечалось высказыванием Перваковой, в тот же самый момент люди могут терять свою эффективность в связи с противоречиями реалий и продукта.

Главными условиями корпоративной культуры, которые в наибольшей мере оказывают влияние на сотрудника, чтобы он начинал проявлять свои творческие способности, является понимание им самим целей, которые хотят достичь главы компании, слаженная работа в коллективе, и, самое главное, уверенность каждого в том, что их инновационная активность будет оценена по достоинству. Выходит, что топ-менеджерам, которые желают повысить инновационность своих предприятий, следует обратить особое внимание на вышеуказанные критерии, так как процесс изживания материальной мотивации всё быстрее набирает обороты, а значит им надо переключить свой вектор на моральное стимулирование, что становится в последнее время все более популярным.

Список использованных источников

1. Первакова Е.Е. Способы нематериальной мотивации инновационной деятельности // Креативная экономика. – 2014. – Том 8. – № 4. – С. 42-51
2. Ермаков Г.П., Котельникова Н.В., Труничкина Е.И., Ганиева Й.Н. Эффективность труда и вознаграждение за его результаты: теория и практика // Экономика труда. – 2021. – Том 8. – № 8. – С. 841-864