

МОТИВАЦІЯ І СТИМУЛЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

© Карпунь І.Н., 2008

Досліджено роль та завдання мотивації і стимулювання у формуванні стратегії інноваційного розвитку економіки. Дослідження виконують в контексті української ринкової трансформації. Виділені складові мотиваційного механізму інноваційної діяльності організації. Показані форми і методи стимулювання інноваційної діяльності в організації. Досліджено вплив системи стимулювання на розширення інноваційних можливостей і зміцнення конкурентоспроможності організації.

Ключові слова: інновації, мотиви, стимули, привабливість накопичення, концепції, організації.

The article explores the role and objectives motivation and stimulate in formulating the strategy of innovative development of economy. The research is being conducted in the context of market transformation in Ukraine. Constituents of organization's innovative activity motivational mechanism are selected. Forms and methods of organization's innovative activity stimulation are shown. Influence of the stimulation's system on innovative possibilities expansion and competitiveness of organization's strengthening is explored.

Keywords: innovations, reasons, stimuli, attractiveness of accumulation, conceptions, organizations.

Постановка проблеми

Нині в Україні прискорення процесу формування національної інноваційної системи, за безпечення випереджального розвитку наукомістких, високотехнологічних галузей, упровадження ефективних механізмів мотивації стимулювання інноваційної діяльності пов'язано передусім з удосконаленням організаційно-правового механізму регулювання інноваційного підприємництва. Оцінка стану реалізації положень нормативно-правових актів у сфері наукової та інноваційної діяльності свідчить, що інноваційний розвиток в Україні відбувається в умовах сформованої суперечності між об'єктивними закономірностями суспільного розвитку в частині існування нагальної потреби в інноваціях та наявними умовами їх продукування та впровадження, що в остаточному результаті вимагає законодавчого та методологічного з'ясування проблеми.

Аналіз досліджень і публікацій

В економічній теорії нагромаджено великий і цінний досвід у питаннях, які стосуються різних мотивацій і стимулювання інноваційної діяльності. Зокрема, ці проблеми відображені у працях таких вітчизняних вчених, як Г.Абалкін, І.Бланк, М.Білик, М.Герасимчук, В.Геєць, Б.Кваснюк, І.Комаров, І.Радіонова, П.Саврук, І.Лукінов, зарубіжних науковців – таких, як Дж.Стігліц, Дж.Сакс, Гж.Колодко, Д.Львова та ін. Орієнтація вітчизняної економіки на інноваційну модель розвитку обумовлює конкретизацію досліджень та їх спрямування у сферу інноваційності.

Постановка цілей

Основною метою статті є визначення ролі та обґрунтованих напрямків у формуванні мотивації персоналу та стимулюванні інноваційного розвитку економіки підприємств і держави загалом.

Виклад основного матеріалу

Розуміння внутрішніх механізмів мотивації та стимулювання до інноваційної діяльності дає змогу менеджерам виробити ефективну політику у цій сфері трудових відносин, створити „режим найкращого сприяння” для тих, хто прагне вдосконалення як своєї роботи, так і діяльності організацій загалом.

Мотив – це актуалізована потреба людини, яка спонукає її до певних дій і вчинків, внаслідок яких потреба може бути задоволена, а стимул – спонукати до дій, зумовлених зовнішніми чинниками.

Мотив є внутрішньою спонукальною причиною, що обумовлює дії і вчинки суб’єкта, тоді як стимул більше асоціюється із втручанням зовнішніх сил (чинників) у вибір суб’єктом управління певного типу поведінки. Дослідження показують, що мотиваційний механізм буде ефективним лише тоді, коли ґрунтуватиметься не на засадах адміністративного впливу, а на економічних важелях, завдяки чому керуючий вплив здійснюватиметься у режимі саморегуляції. Так формується інноваційно-активна поведінка працівників організацій – поведінка, яка передбачає їх високу ініціативність щодо участі у вирішенні проблем організацій, результатом чого є створення і впровадження новацій, спрямованих на реалізацію завдань інноваційного розвитку (рис.1).



Рис. 1. Складові мотиваційного механізму інноваційної діяльності організації

Рушійною силою мотиваційного механізму інноваційної діяльності є система стимулів. Умови стимулювання для вищого менеджменту визначають власники організацій, які повинні у систему стимулювання закладати залежність винагороди менеджерів від результативності та ефективності їх рішень і керівних дій.

Мотивацію як внутрішній фактор, що детермінує поведінку людини, М.І. Дяченко, Л.О. Кандибович [2] розглядають як сукупність мотивів, що спонукають до досягнення мети. С.Занюк [1] – як сукупність спонукальних факторів, які визначають активність людини (мотиви, потреби, ситуативні фактори, що детермінують поведінку людини). В.Н. Дружинін та інші [1] – як сукупність психічних процесів, які надають поведінці енергетичного імпульсу та загальної спрямованості. Тоді як мотивацію, процес зовнішнього впливу на поведінку людини, Б.М. Генкін [1] визначає як досягнення особистих, групових і суспільних цілей. О.Г. Шпитуляк [6] – як створення умов для всебічного заохочення, спонукання до результативної праці. В.Д. Шапіро [5] – як процес стимулювання кого-небудь до діяльності, спрямованої на досягнення цілей організації.

Якщо під впливом змін у зовнішньому середовищі організація втрачає можливості отримувати доходи, які задовольняють її власників, це слугуватиме причиною відповідного зниження доходів топ-менеджера або навіть його звільнення. Тому з досконалої конкуренції – це переважно впровадження новацій, які підвищують не тільки поточну ефективність організацій, а й ринкову вартість. Глибоке розуміння менеджерами організації, що підвищення їхніх доходів залежить від ефективності діяльності їх організації її ринкової вартості, формуватиме їхню мотивацію до розширення ринкових можливостей організації і насамперед через інноваційну діяльність.

Для того, щоб усі учасники інноваційних змін впевнилися у вигідності інновацій не лише для підприємства, а й для кожного з працівників, зокрема, необхідно стимулювати усіх. Тому система стимулів інноваційних процесів має включати, з одного боку, компоненти поточного стимулювання, а з іншого – стимулювання за результатами роботи всієї організації. Своєю чергою система стимулювання повинна обов'язково містити заохочення розвитку творчих здібностей працівників підприємства, що є передумовою створення інновацій. Це свідчить про те, що формування мотиваційного механізму інноваційної діяльності організації передбачає розроблення ефективної системи стимулювання, насамперед менеджерів усіх рівнів управління, яка спирається на оцінку досягнутих під час реалізації інноваційних результатів. Позитивного остаточного результату можна досягти завдяки обґрунтованому поєднанню різних методів стимулювання, копійки роботи з персоналом для формування у них мотиваційних преференцій, що лежать у площині інноваційного розвитку.

У цьому аспекті актуальним повинно бути питання взаємодії держави та підприємств і підприємців та робітників з проблемами на ринку праці.

З метою мінімізації негативного впливу структурної форми безробіття необхідні інвестиції в людський капітал, які повинні здійснюватися як підприємницьким сектором, так і державою. Очевидно, що тут держава повинна бути першою, оскільки можливості та важелі впливу держави є ширшими та потужнішими. З боку підприємців інвестиції в людський капітал повинні здійснюватися у формі оплати навчання, перекваліфікації та підвищення кваліфікації кадрів, соціального і методичного страхування працівників. Найголовніші вимоги конкурентоспроможної економіки до державного сектору полягають у необхідності створення гнучкої системи освіти. Така система повинна швидко та чітко реагувати на вимоги, які висуває нова техніка та новий попит.

Форми і методи стимулювання інноваційної діяльності в організації

Прямі дії	Непрямі дії
1	2
<p><i>Матеріальні</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – розмір заробітної плати; – надбавки; – премії; – разові винагороди; – пільги; – страхування 	<p><i>Матеріальні</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – придбання акцій компаній; – оплата членства в наукових товариствах; – оплата участі в наукових конференціях; – оплата участі у програмах професійного розвитку в суміжних галузях; – право на інтрапренерство
<p><i>Нематеріальні</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – зміна статусу підрозділу і керівництва залежно від успіху інновацій; – розвиток кар'єри 	<p><i>Нематеріальні</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – політика стабільності персоналу і розвитку професіоналізму усіх працівників підприємства; – залучення до участі в нарадах вищого рівня управління, доступ до конфіденційної інформації; – право самостійності у виборі наукової тематики досліджень, в т.ч. поза межами основного профілю діяльності; – заохочення групової роботи, вільного обміну думками між керівником і підлеглими; - культивування організаційних цінностей, що заохочують інноваційно-активну поведінку персоналу

Успіх інноваційного процесу залежить від того наскільки безпосередні учасники Інноваційного процесу зацікавлені в швидкому впровадженні результатів НДДКР у виробництво. З огляду на це, стимулювання інноваційної праці повинно постійно спиратися не лише на матеріальні, а й на нематеріальні (соціально-психологічні) форми стимулювання, орієнтовані на задоволення потреб вищого рівня. У таких умовах інноваційна активність персоналу буде високою, що розширюватиме інноваційні можливості підприємства (табл.1).

Варто зазначити, що методи стимулювання інноваційної діяльності прямої і непрямой дії мають різне мотиваційне навантаження. Так, методи прямої дії безпосередньо пов'язані із досягненням остоточного результату – комерційної вигоди від упровадження новації. Тоді як методи непрямой дії якраз і спрямовані на формування сприятливого для інноваційної діяльності середовища. У цьому плані успіхи японських та деяких західних виробничих комплексів у розвитку передових технологій, освоєнні нових конкурентоспроможних видів продукції саме завдяки високій інноваційній активності персоналу, яка є продуктом реалізації концепції партисипативного управління (технологія управління персоналом, яка ґрунтується на залученні до прийняття управлінських рішень всіх працівників підприємства).

Концепція партисипативного управління та її реалізація можлива у вітчизняній практиці за умов обґрунтованої системи стимулювання ініціативності і творчого підходу до роботи персоналу підприємства, яка забезпечує не лише розвиток її працівників, а й приваблює творчих особливостей з інших підприємств, формуючи колектив креативних спеціалістів, нарощуючи інтелектуальний та інноваційний потенціал підприємства (рис.2.).



Рис. 2. Вплив системи стимулювання на розширення інноваційних можливостей і зміцнення конкурентоспроможності організації

І що характерно, в зарубіжних країнах інноваційну активність враховують в оплаті праці і системах матеріального заохочення – особливо це помітно у виплаті авторського гонорару. Розмір гонорару становить певний відсоток від обсягу виготовленої і реалізованої продукції протягом усього терміну її випуску. У США матеріальне заохочення праці винахідників і раціоналізаторів здійснюється через впровадження аналітичних систем, особливістю яких є диференційоване

оцінювання складності виконаної роботи з врахуванням умов праці та кваліфікації виконавця тощо. Різниця оплати порівняно з працівниками середньої складності звичайних робітників – істотна.

У Німеччині, Франції, Англії та інших європейських країнах створюють спеціальні фонди для преміювання за розроблення, освоєння і випуск нової продукції. Розмір премій залежить від приросту обсягу продажу такої продукції, її частки в загальному обсязі виробництва. В усіх зазначених, та інших європейських країнах системи стимулювання інноваційного розвитку і підвищення інноваційної активності персоналу є відображенням тенденції індивідуалізації трудових доходів працівників підприємств на основі результатів праці.

Своєю чергою стимулювання основане на ринковій вартості акцій передбачає встановлення винагороди топ-менеджерам залежно від ринкової вартості акцій керованих ними компаній. Формами придбання акцій можуть бути акціонери, на акції (тобто відтермінована у власності) та участь у власності (тобто участь, що настає в момент укладання трудового контракту з менеджером). Суть опціону полягає у наданні менеджером права на придбання акцій за певною ціною у певний період часу з чітко визначеними умовами (мотивація менеджера до зростання вартості компанії, тобто вартості майна акціонерів).

Опціонні програми широко застосовують США, Англія, Австралія, Франція, Канада та багато інших країн з розвинутою ринковою економікою. Що стосується України, то по суті проблеми слабкий розвиток фондового ринку і вузьке трактування українським законодавством участі у власності як винагороди працівника не дає змоги вітчизняним підприємствам (організаціям) впроваджувати відповідні програми. Сьогодні в діяльності менеджменту основою для визначення винагороди менеджерів і керівників потужних підприємств найчастіше слугують такі фінансові показники: величина дисконтованого грошового потоку; величина доданої вартості; величина прибутку на одну акцію; збалансована система показників.

Стимулювання за результатами збалансованої системи показників передбачає формування сукупності показників, що відображають результативність діяльності вищих менеджерів, відповідальних за різні функціональні сфери підприємства. ці показники стосуються фінансів, клієнтів, внутрішніх процесів (виробництва) і персоналу за якими і розробляються критерії оцінювання ефективності.

Висновки

Підсумовуючи відзначене, зазначимо, що роль мотивації і стимулювання у формуванні інноваційного розвитку є провідною. Вони обґрунтовують стратегічні напрямки соціально-економічного розвитку країни і реальні кроки (заходи) щодо її реалізації. Центральною проблемою, яку належить вирішити, є формування ефективного ринку інновацій та забезпечення його функціонування. Це передбачає здійснення реальних заходів впливу на складові цього ринку. Конкретно йдеться про стимулювання попиту на інновації, сприяння зростання їхньої пропозиції та забезпечення фінансування інноваційної діяльності.

Перспективи подальших досліджень

Завершальною позицією може стати твердження, що без науково обґрунтованої мотивації і стимулювання ринок інновацій ефективно функціонувати не може. Викладені пропозиції є підґрунтям для подальших наукових розвідок щодо визначення якості реалізації стратегії мотивації і стимулювання інноваційної діяльності.

1. Генкин Б.М. *Экономика и социология труда: Учебник для вузов*, – М.: Изд. Группа «НОРМА-ИНФРА-М», 1999. – 384 с. 2. Дьяченко М.И., Кандибович Л.А. *Краткий психологический словарь: Личность образование, самообразование, профессия*, – Минск: Хелтон, 1998. – 399 с. 3. Примак Т.О. *Маркетингові комунікації: Навч. посібник*. – К.: Ельга; Ніка-Центр, 2003. – 280 с. 4. Дорогунов С., Федорищева А. *Научно-технический прогресс как основа развития производства и снижение его потенциальной опасности // Экономика Украины*. – 1998. – № 3. – С.4–12. 5. Шатирио В.Д. и др. *Управление проектами* – СПб.: «ДваТри», 2006. – 610 с. 6. Шпитуляк О.Г. *Менеджмент персоналу та мотивація праці в аграрних підприємствах. Автореф. ... канд. екон. наук: 08.06.01.* – К., 2004. – 20 с.