

КРИКУНЕНКО Д.А., асп.

Науч. рук.: Мартякова Е.В., д.э.н., проф.

Донецкий национальный технический университет,

г. Донецк

## **МОТИВАЦИЯ КРЕАТИВНОСТИ ПЕРСОНАЛА КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

*Рассмотрен вопрос о целесообразности разработки модели мотивации креативности персонала, которая должна стать ключевым компонентом системы управления персоналом, направленной на использование скрытых резервов каждого сотрудника.*

**Актуальность.** Современные тенденции развития отечественной экономики требуют использования новых концепций, механизмов, методов и широкого спектра инструментов для осуществления эффективного управления различными экономическими системами. В этом контексте наиболее остро возникает проблема нахождения того методологического арсенала, который бы полностью удовлетворил задачу интенсификации инновационного развития субъектов хозяйствования различных отраслей промышленности. При этом особую роль играет использование не только имеющихся, ограниченных, экономических ресурсов различного рода: материальных, финансовых, человеческих, но и использование потенциала каждого сотрудника организации. Таким образом, одним из ключевых компонентов построения эффективной концепции управления предприятием является разработка системы управления персоналом, которая бы учитывала не только имеющиеся у сотрудников предприятия навыки и знания, с целью эффективного осуществления их деятельности, но и скрытые резервы, которые при грамотном управлении можно было бы использовать с целью: увеличения экономических показателей хозяйствования, обеспечения динамического, инновационного развития, осуществления инновационных преобразований на предприятии. К таким внутренним резервам и потенциалу относится креативность персонала.

**Цель исследования.** Рассмотрение одного из ключевых креативных ресурсов сотрудника предприятия, который непосредственно способен воздействовать на развитие креативности – мотивации.

**Основная часть.** Термин «мотивация» рассматривается современными представителями научного мира в нескольких аспектах. Мотивация характеризует определенную систему факторов, которые оказывают воздействие на поведение работника, стимулирует трудовую активность персонала на определенном, необходимом для субъекта хозяйствования уровне. Таким образом, данную экономическую категорию

необходимо рассматривать как совокупность психологических факторов, которые способны объяснить поведение сотрудника, его стремление качественно выполнять свои функциональные обязанности, направленность человека на достижения определенной цели его деятельности. Следует отметить, что не стоит рассматривать понятие «мотив» как тождественную категорию понятию «мотивации». Отличительная особенность мотива – индивидуальная особенность, которая играет ключевую роль при осуществлении человеком определенных действий. Стоит отметить, что проведенные исследования отечественных и зарубежных представителей различных научных школ продемонстрировали существование большого количества мотивов работника. При этом необходимо отметить главные из них: высокий уровень заработной платы, потенциальная возможность дальнейшего продвижения по карьерной лестнице, денежное вознаграждение, которое полностью соответствует уровню сложности выполняемой работы, работа, которая требует от сотрудника креативного подхода, высокий уровень организационной ответственности [4].

Исследователи мотивации труда, как одного из ключевых компонентов построения эффективной системы управления персоналом, отмечают, что главный вектор построения экономической системы такого рода должен быть направлен в сторону организации эффективной системы стимулирования труда персонала. При этом стимулирование стоит рассматривать как: определенный инструмент воздействия на личность, создание внешних факторов, которые бы оказывали целенаправленное воздействие, заставляющие сотрудника выполнять ту или иную работу, достигать поставленных целей организации [1, с. 430].

Таким образом, можно сделать вывод, что построение эффективной системы управления креативностью работников предприятия, с целью повышения эффективности инновационной деятельности организации, зависит от эффективности организации процесса стимулирования каждого сотрудника, а также от степени воздействия на внутреннюю мотивацию человека.

Мотивацию креативной деятельности персонала целесообразно рассматривать как комплексную систему, которая направлена на достижения конечных целей креативного труда. Результатом данного управления может стать: реализация эффективной системы управления персоналом на предприятии, создание инновационного товара или услуги, генерирование креативных идей, которые могут стать тем толчком на пути разработки и реализации все более и более сложных экономических систем. При этом мотивация креативности должна базироваться на объединении нескольких методологических подходов, которые предполагают: выплату адекватного вознаграждения за креативный труд, разработку методики и оценку результатов применения моделей

управления, направленных на развития креативности кадров.

Г. Гутман отмечает, что для четкого представления природы креативной деятельности необходимо учитывать не только процессы, связанные с умственной деятельностью индивида, но также учитывать динамические силы, которые оказывают воздействие для создания нового [2]. Таким образом, к таким динамическим силам целесообразно отнести и мотивацию креативности работника, которая участвует при осуществлении человеком тех или иных действий.

Как отмечает в своих научных трудах О.М. Красноносова, при осуществлении разработки эффективной модели мотивации, направленной на развитие креативности персонала предприятия, она должна учитывать многие социально-экономические аспекты функционирования предприятия; индивидуально-психологические особенности работников; возможность самореализации сотрудников [5, с. 135]. Проведение оценки креативного труда дает возможность высшему руководству предприятия принимать эффективные управленческие решения, направленные на улучшение экономических результатов деятельности субъекта хозяйствования, устанавливать адекватный уровень вознаграждения сотрудников за креативный труд, планировать дальнейшую карьеру ключевых сотрудников предприятия, которые осуществляют наибольший вклад в создание инновационных продуктов (услуг), тем самым интенсифицируют процесс инновационного развития организации.

С.С. Моисеенко в своих научных трудах делает акцент на том, что креативность кадров предприятия состоит из трех ключевых компонентов, к которым относятся: компетентность сотрудников, развитое креативное мышление работников и мотивация [3, с. 40].

Стоит отметить, что ученый А. Моль, который в своих научных трудах изучал взаимосвязь и взаимодействие мотивации и креативности человека, отмечает, что мотивацию креативности необходимо рассматривать как трехслойную структуру, которая состоит из следующих компонентов: образ человека, побуждающая сила человека осуществлять определенные действия, социальные мотивы [6].

Таким образом, мотивацию креативного труда работника целесообразно рассматривать как комплексную систему, включающую в себя большое количество внутренних и внешних факторов, индивидуально-психологические особенности работника, различные компоненты, которыми можно и необходимо управлять с целью развития креативности персонала предприятия, получения высоких инновационных результатов хозяйствования.

### **Библиографический список**

1. Григорьев Л.Ю. Менеджмент по нотам: Технология построения эффективных компаний / Л.Ю. Григорьев, С. Горелик. – М.: Альпина

Паблішэрз, 2010. – 692 с.

2. Красноносова О.М. Мотиваційний аспект підвищення ефективності праці персоналу підприємства / О.М. Красноносова // Вісник Донбаської державної машинобудівної академії. – 2008. – № 3 (13). – С. 135.

3. Моисеенко С.С. Принятие креативных решений на различных уровнях экономической деятельности / С.С. Моисеенко // Креативная экономика. – 2009. – № 10 (34). – С. 38–45.

4. Управление проектами / Ильин Н.И., Лукманова И.Г., Немчин А.М. и др. / под. ред. В.Д. Шапиро. – СПб.: Два Три, 1996. – 610 с.

5. Gutman H. The biological roots of creativity // R.L. Mooney, T.A. Razik (Eds.). Exploration in creativity. – N.Y.: Harper & Row Publishers, 1967. – P. 3–32.

6. Moles A. Methodologie de la creation scientifique / F. Moles. – Paris : Palais de la Découverte, 1963. – 29 p.