

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ФАКТОРОВ МОТИВАЦИИ РАБОТНИКОВ, ЗАНЯТЫХ В ИННОВАЦИОННОМ И ТРАДИЦИОННОМ СЕКТОРАХ ЭКОНОМИКИ

А. П. Верещагина, Н. В. Волкова

Бийский технологический институт,
г. Бийск, Россия

В последние годы в России стал активно развиваться инновационный сектор экономики. В связи с этим возникает необходимость отбора и стимулирования работников данной сферы.

Специалисты сходятся во мнении, что работники, занимающиеся инновациями, должны обладать такими качествами как:

- способность к само- и взаиморазвитию;
- творческий потенциал;
- креативность (творческие способности индивида, характеризующиеся готовностью к созданию принципиально новых идей, отклоняющихся от традиционных или принятых схем мышления и входящие в структуру одаренности в качестве независимого фактора, а также способность решать проблемы, возникающие внутри статичных систем);
- уверенность в себе. Уверенный в себе человек – это человек, исполненный спокойного сознания своей силы, своих возможностей, способный к решительным действиям, внушает доверие и располагает к себе окружающих;
- способность работать в команде.

Все перечисленные выше качества формируют «инновационного человека»: человек активный, деятельностный, адаптивный, готовый к постоянным изменениям в соответствии со своими склонностями, интересами и потенциалом. Инновационному человеку часто противопоставляют «человека традиционного»: консервативного, который хотя и может обладать некоторыми из качеств инновационного (например, способностью работать в команде, уверенностью в себе), но не всеми.

Возникает исследовательский вопрос: может ли различие в личностных качествах инновационного и традиционного индивидов привести к тому, что их будут побуждать к

эффективной трудовой деятельности различные мотивационные факторы. Для ответа на данный вопрос было проведено исследование, в котором приняли участие:

- работники «традиционного» сельскохозяйственного предприятия ООО «КВинТ», объем выборки – 23 человека (категории персонала – специалисты, служащие, основные рабочие);
- сотрудники «инновационного» подразделения – опытно-испытательной станции – ОАО «Федеральный научно-производственный центр «Алтай», объем выборки – 25 человек (категория персонала – специалисты).

При проведении исследования мы исходили из допущения о том, что все сотрудники «инновационного» подразделения являются инновационными, а все работники «традиционного» предприятия – традиционными.

Исследование мотивационных факторов проводилось по методике Ш. Ричи и П. Мартина, в рамках которой выделены 12 факторов, которые могут быть использованы как мотиваторы в условиях трудовых коллективов (ниже факторы приведены с порядковыми номерами, под которыми они будут представлены на рисунках, отражающих результаты исследования, ниже) [2, с. 378]:

1) потребность в высоком заработке, материальном вознаграждении и материальных благах;

2) потребность в комфортных физических условиях работы;

3) потребность в структурировании работы, обратной связи и информации о собственной работе, снижение степени неопределенности, связанной с работой;

4) потребность в социальных контактах: на уровне легкого общения с большим кругом людей;

5) потребность в устойчивых длительных взаимоотношениях: в тесных взаимосвязях с

небольшой группой людей;

6) потребность в признании заслуг и обратной связи (отзывах о своей работе): приобретение общественной значимости;

7) потребность в достижении и в постановке для себя дерзких вызывающих целей;

8) потребность во влиятельности и установлении контроля над другими;

9) потребность в разнообразии и переменах, т.е. желание постоянно испытывать стимулирующий интерес;

10) потребность в пытливости, креативности и широте взглядов;

11) потребность в самостоятельности, независимости и самосовершенствовании своей личности;

12) потребность в изначально интересной и полезной для общества благодарной работе.

Анализ каждого из мотивационных факторов, их сочетания и взаимного влияния дает реальную картину потребностей человека.

На рисунках 1, 2 представлены мотивационные профили респондентов (построенные по средним значениям выраженности каждого из мотивационных факторов), в таблице 1 мотивационные факторы проранжированы по степени их приоритетности.

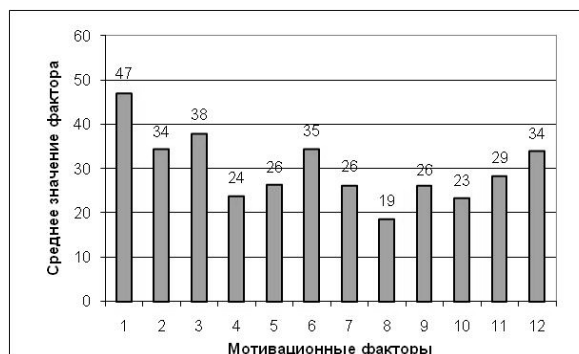


Рисунок 1 – Мотивационный профиль сотрудников «инновационного» предприятия

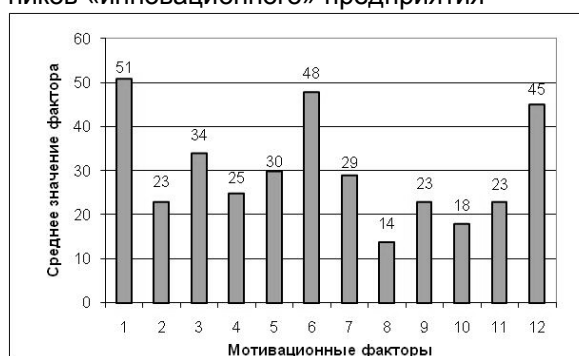


Рисунок 2 – Мотивационный профиль сотрудников «традиционного» предприятия

Таблица 1 – Приоритеты мотивации сотрудников «инновационного» и «традиционного» предприятия

Фактор мотивации	Ранг для «инновационного» предприятия	Ранг для «традиционного» предприятия
1) Потребность в высоком заработке, материальном вознаграждении и материальных благах	1	1
2) Потребность в комфортных физических условиях работы	4, 5	8, 9, 10
3) Потребность в структурировании работы, обратной связи и информации о собственной работе, снижение степени неопределенности, связанной с работой	2	4
4) Потребность в социальных контактах: на уровне легкого общения с большим кругом людей	10	7
5) Потребность в устойчивых длительных взаимоотношениях: в тесных взаимосвязях с небольшой группой людей	7, 8, 9	5
6) Потребность в признании заслуг и обратной связи (отзывах о своей работе): приобретение общественной значимости	3	2
7) Потребность в достижении и в постановке для себя дерзких вызывающих целей	7, 8, 9	6
8) Потребность во влиятельности и установлении	12	12

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ФАКТОРОВ МОТИВАЦИИ РАБОТНИКОВ, ЗАНЯТЫХ В ИННОВАЦИОННОМ И ТРАДИЦИОННОМ СЕКТОРАХ ЭКОНОМИКИ

контроля над другими		
9) Потребность в разнообразии и переменах, т.е. желание постоянно испытывать стимулирующий интерес	7, 8, 9	8, 9, 10
10) Потребность в пытливости, креативности и широте взглядов	11	11
11) Потребность в самостоятельности, независимости и самосовершенствовании своей личности	6	8, 9, 10
12) Потребность в изначально интересной и полезной для общества благодарной работе	4, 5	3

Проанализируем мотивационные факторы, оказавшиеся «лидерами» и «аутсайдерами» по каждой исследовательской базе.

Итак, определяющим мотивационным фактором для сотрудников обоих предприятий является (1) «Потребность в высоком заработке, материальном вознаграждении и материальных благах».

Для работников «инновационного предприятия» также имеет большое значение (3) «Потребность в структурировании работы, обратной связи и информации о собственной работе, снижение степени неопределенности, связанной с работой». Работники «традиционного» предприятия также отмечают значимость данного мотиватора, – он вошел в пятерку «лидеров».

Значимость для респондентов нематериальной мотивации подтверждается приоритетностью параметра (6) «Потребность в признании заслуг и обратной связи (отзывах о своей работе): приобретение общественной значимости», который при ранжировании мотивационных факторов занял третье и второе места для сотрудников «инновационного» и «традиционного» предприятия соответственно.

Следует отметить и то, что «аутсайдером» в каждой исследовательской базе стал мотивационный фактор (8) «Потребность во влиятельности и установлении контроля над другими».

С одной стороны, такие результаты исследования могут служить для опровержения поставленной гипотезы об отличиях мотивационных приоритетов «человека инновационного» работников, занятых традиционными видами деятельности. Но, с другой стороны, принадлежность сотрудников научного подразделения к инновационному типу была установлена лишь на основе предположения о том, что инновационной деятельностью занимаются только «инновационные» работники. С учетом этого, результаты исследования могут свидетельствовать и о том, что даже в подразделении, деятельность которого является инновационной, не всех сотрудников можно отнести к типу «человек инновационный», а руководству «инновационной» организации следует внимательнее относиться к подбору персонала.

Список литературы:

1. Хохлова Е.В. Уверенность в себе – базовое качество инновационной личности [Текст] / Е. В. Хохлова // Молодой ученый. – 2011. – №6. Т.2. – С. 108–110.
2. Ричи Ш., Мартин П. Управление мотивацией: Учебное пособие для вузов / Пер. с англ. под ред. проф. Е.А. Климова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004. – 399 с. – (Серия «Зарубежный учебник»).