

ОСНОВЫ МОТИВАЦИИ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Васюхин О. В., Павлова Е. А.

ФГБОУ ВПО «Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики», Санкт-Петербург, Россия (197101, Санкт-Петербург, пр. Кронверкский, д. 49)

В статье исследуются проблемы эффективного управления инновационной деятельностью промышленных предприятий. Предлагаются методологические рекомендации по формированию мотивационной системы инновационно-активного предприятия. Авторы определяют особенности отдельных видов мотивации применительно к инновационной деятельности предприятий. При этом выделяются внутренняя мотивация, которая подразумевает побудительные силы и действия, формируемые внутри предприятия, и внешняя мотивация как совокупность факторов, действующих за пределами предприятия, но целенаправленно или опосредовано воздействующих на его деятельность. В работе определены основные функции, которые должна выполнять система мотивации. Особая роль отводится анализу и оценке конкурентных преимуществ предприятия в рыночной среде, которая может быть выполнена с помощью методов стратегического анализа. Предложенная авторами концепция мотивации инновационной деятельности при ее реализации позволит обеспечить эффективное использование инновационного потенциала предприятия.

Ключевые слова: инновации, инновационная деятельность, мотивация инновационной деятельности.

THE BASIS OF THE MOTIVATION OF INNOVATIVE ACTIVITY OF THE INDUSTRIAL ENTERPRISE

Vasyukhin O. V., Pavlova E. A.

St. Petersburg National Research University of Information Technologies, Mechanics and Optics, St. Petersburg, Russia (197101, St. Petersburg, Kronverkskiy pr., 49)

This article investigates the problem of effective management of innovative activity of industrial enterprises. The proposed methodological recommendations on the formation of the motivational system of innovation-active enterprises. The authors define the characteristics of individual types of motivation in relation to innovation activities of enterprises. They point out intrinsic motivation, which involves motivating force and effect generated within the enterprise, and extrinsic motivation as a combination of factors acting outside the company, but purposefully or indirectly affect its activity. The paper identifies the main functions to be performed by the system of motivation. A special role is given to the analysis and evaluation of competitive advantages in the market environment, which can be performed using the methods of strategic analysis. Authors proposed the concept of motivation innovation in its implementation will ensure the effective use of innovative potential of enterprises.

Key words: innovations, innovative activity, motivation of innovation activities.

Введение

Обеспечение инновационного роста экономики Российской Федерации является сегодня актуальнейшей задачей, на решение которой ориентируются инновационно-активные промышленные предприятия. При исследовании вопросов управления инновациями, выбора и реализации инновационных стратегий на предприятии необходимо учитывать мотивационные аспекты инновационной деятельности на предприятии.

Опираясь на общепринятую в мировой практике терминологию, кратко можно определить, что *инновация* – это нововведение (продукт и/или процесс), которое может иметь

коммерческий успех. В свою очередь, *инновационная деятельность* – это процесс создания (получения, использования) новых знаний и превращение их в инновацию.

Отсюда становится ясным, что инновационная деятельность (в отличие, например, от текущей операционной деятельности) является сложным, нацеленным в будущее и затратным видом деятельности с недостаточно предсказуемым результатом для любого промышленного предприятия.

При этом появляются дополнительные предпринимательские риски (инновация не принесла ожидаемого коммерческого результата, в силу разных обстоятельств существенно увеличились сроки создания инновации и вывода ее на рынок, не точно было спрогнозировано будущее состояние бизнес-среды и др.), что само по себе служит дополнительным препятствием для активизации инновационной деятельности. Поэтому большинство российских предприятий предпочитают жить сегодняшним днем, обеспечивая свои предпринимательские потребности в основном за счет текущей операционной деятельности.

Для того чтобы переломить эту позицию, необходим мощный мотив, который позволит руководителям предприятий самостоятельно прийти к пониманию необходимости развития инновационного потенциала и его эффективного использования. Такой мотив должен наглядно показать – если сегодня и завтра ничего не делать, то послезавтра это предприятие может перестать существовать как самостоятельная бизнес единица.

В соответствии с классическими представлениями общей теории менеджмента принято различать два вида мотивации – внутреннюю и внешнюю. При этом внутренняя мотивация подразумевает побудительные силы и действия, формируемые внутри самой системы (в данном случае – предприятия). Внешняя мотивация – это совокупность факторов, действующих за пределами системы, но целенаправленно и/или опосредовано воздействующих на эту систему так, чтобы она развивалась в нужном направлении.

Применительно к проблемам, рассматриваемым в настоящей статье, внутренняя мотивация – это стимулирование работников предприятия в области активизации всякого рода творческой деятельности, которая и может стать, впоследствии, основой каких либо инновационных проектов. В качестве наглядного примера такого подхода могут служить так называемые «кружки качества» в Японии или движение рационализаторов в СССР.

Формы внутренней мотивации могут быть самыми разнообразными: от создания формальных (неформальных) групп (организационных единиц), функцией которых является инновационная деятельность, вплоть до внедрения специальных систем поощрения работников предприятия за участие в инновационной деятельности.

Что же касается внешней мотивации, то, как правило, главным мотиватором рассматривается государство и его деятельность в области перехода к инновационной экономике России.

При этом многие исследователи состояния и перспектив развития инновационной деятельности в современной России сходятся во мнении о том, что главным сдерживающим фактором в этой области является отсутствие или недостаточное ее финансирование со стороны государства, со стороны региональных органов управления, со стороны инвесторов и, в конечном счете, отсутствие средств на развитие инноватики у самого предприятия. Иными словами, предполагается, что получение достаточных, дополнительных финансовых ресурсов (или иных преференций) из любых источников является существенным мотивом (порой единственным действенным стимулом) для разворачивания и активизации инновационной деятельности на промышленном предприятии.

Безусловно, этот довод является актуальным для современного нестабильного развития экономики России. Вместе с тем авторы считают, что наряду с реально доступными внешними финансовыми ресурсами существуют и другие, более значимые стимулы, способные заставить руководство предприятий обратить серьезное внимание на инноватику.

Обратимся к классическому определению понятия «мотивация».

С точки зрения теории менеджмента мотивация – это *процесс побуждения людей к деловой активности для достижения личных целей, а также целей организации* [5, 6].

В общем случае система мотивации должна выполнять три основные **функции**:

- 1) планирование (обоснование содержательной характеристики существующих потребностей, выявление доминирующих потребностей и их ранжирование, анализ факторов, приводящих к изменению содержания и структуры потребностей, анализ взаимосвязи между потребностями и стимулами, планирование целей и методов мотивации, выбор конкретного организационного способа мотивации);
- 2) реализация (создание организационных и экономических условий, направленных на удовлетворение потребностей, обоснование стимулов за достижение требуемых результатов, обеспечение у всех заинтересованных лиц предприятия уверенности в достижении поставленных целей, создание у них впечатления о высокой значимости поставленных целей);
- 3) контроль (сравнение достигнутых результатов деятельности с требуемыми, корректировка мотивационных стимулов, разработка ответных реакций системы на внешние и внутренние случайные возмущения).

Создание на предприятии системы мотивации позволит обеспечить и необходимую мотивацию труда, то есть стимулирование работников предприятия к активной деятельности по достижению установленных целей через удовлетворение их собственных потребностей.

Отсюда, мотивация есть совокупность побудительных мотивов, которые заставят руководство предприятия всерьез заняться инновационной деятельностью и, в первую очередь, формированием результативного инновационного потенциала [3, 4].

Главным же мотивационным стимулом, по мнению авторов, могут служить *намечающиеся (явно существующие) тенденции к потере предприятием конкурентных преимуществ и снижение определяющих экономических показателей ниже пороговых значений*.

При этом в качестве методической основы решения вопросов о мотивации для разворачивания и/или активизации инновационной деятельности на предприятии целесообразно использовать те или иные методы стратегического анализа его хозяйственного портфеля. Регулярное применение на практике любого из этих методов покажет не только распределение различных видов бизнесов с точки зрения их стратегической значимости, но и покажет, что будет с предприятием в будущем, если не развивать инновационную деятельность в конкретном направлении [2].

Критериальной же основой для принятия решений в области инновационной активности по тому или иному направлению могут стать результаты трендового анализа стратегических и экономических показателей деятельности предприятия (например, доля рынка, уровень конкурентоспособности товаров и самого предприятия, объем продаж, уровень прибыльности и т.п.) за статистически значимый отрезок времени.

Создание адекватной системы мотивации инновационной деятельности предприятия, учитывающей особенности воздействия как внутренних, так и внешних факторов окружающей среды, позволит обеспечить устойчивое развитие и эффективное использование инновационного потенциала предприятия и создать условия, побуждающие всех участников инновационной деятельности к продуктивному сотрудничеству.

Список литературы

1. Баранчев В. П., Масленникова Н. П., Мишин В. М. Управление инновациями. – М.: Юрайт, 2012.
2. Васюхин О. В., Павлова Е. А. Проблемы активизации инновационной деятельности организаций // Третий Санкт-Петербургский конгресс "Профессиональное образование, наука, инновации в XXI веке": сборник трудов. – СПб.: СПбГУИТМО, 2009.

3. Васюхин О. В., Павлова Е. А. Развитие инновационного потенциала промышленного предприятия. – М.: Российская академия естествознания, 2010.
4. Васюхин О. В., Павлова Е. А. Стратегия формирования и развития инновационного потенциала промышленного предприятия // Научно-технический вестник СПбГУ ИТМО. – Санкт-Петербург: СПбГУ ИТМО, 2010. – Вып. 2 (66). – С. 113-120.
5. Дейнека А. В., Жуков Б. М. Современные тенденции в управлении персоналом. – М.: Изд-во "Академия Естествознания", 2009.
6. Петров В. В. Теории мотивации. – М.: Издательский Дом "Равновесие", 2005.
7. Фатхутдинов Р. А. Инновационный менеджмент. – СПб.: Питер, 2008.
8. Шамина Л. К. Теоретические аспекты функционирования инновационных процессов. – СПб.: Наука, 2008.

Рецензенты:

Голубев А. А., д.э.н., профессор, зав. кафедрой финансового менеджмента ФГБОУ ВПО «Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики», г.Санкт-Петербург.

Смирнов С. Б., д.э.н., зав. кафедрой экономической теории и бизнеса ФГБОУ ВПО «Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики», г.Санкт-Петербург.