

УДК 658.589:330.341.1

Бугайова М.В.,

канд. екон. наук, доцент кафедри економіки та організації виробництва

Петіна О.М.,

аспірант

Кіровоградський національний технічний університет

Особливості формування мотиваційної основи розвитку інноваційного потенціалу молоді

Довгострокове здоров'я української економіки та повне її відновлення залежить, головним чином, від створення значної кількості інновацій у сферах науки, технології та проектування. Тільки праця інноваторів та інтелектуальних підприємців зможе протистояти аутсорсингу і автоматизації в умовах поширення глобальних знань. З урахуванням практичної необхідності інновацій у сьогоднішній економіці, необхідно досліджувати питання, стосовно навчання та мотивації молодих людей, задля того, щоб вони стали інноваторами та впроваджували свої ідеї в життя.

Принципи мотивації праці найманих працівників змістовно викладені в наукових доробках багатьох вчених: А. Маслоу, Ф. Херцберга, Б. Моснера, Б. Снідермана, К. Кінан, Р. Нірмайера, М. Зайфферта, Ш. Річі, А. Кібанова, І. Баткаєвої, М. Ловчевої, І. Богіна, Ю. Одегова та інших. Зокрема, мотивацію інноваційної діяльності активно досліджують А. Колот, О. Наумова, О. Толмачова, В. Карюк. Однак, незважаючи на високий ступінь опрацьованості даної проблематики ученими, нами приділена увага вирішенню окремих аспектів проблем мотивації праці, які стосуються працівників загалом. Вважаємо за доцільне розкрити сутність мотивації розвитку інноваційного потенціалу молоді та розглянути питання, що пов'язані з соціально-економічними проблемами мотивації саме талановитої молоді.

Метою дослідження є розкриття сутності мотивації інноваційного потенціалу молоді, дослідження методів мотивації творчої активності, а також висвітлення питань, що пов'язані зі специфікою креативної праці молодіжного сектору.

У сучасному світі, молоді новатори, винахідники є джерелом потоку ідей та пропозицій, чинником виробництва, що несе в собі творчу компоненту. Хоча такі новатори виступають головним суб'єктом інноваційних процесів, який спричиняє вихід за межі існуючого й обумовлює зміни в суспільстві, численні дослідження у сфері інноваційного менеджменту надзвичайно рідко звертаються до аналізу їх особистості. Не вирішеною залишається проблема створення системи стимулів і можливостей включення творчої молоді в інноваційний розвиток країни. Це вимагає виявлення реальних практик і обставин вибору молоддю інноваційного підприємництва і науки, а також факторів, що впливають на цей процес. При виявленні соціального механізму включення молоді у сфери науки та інноваційного підприємництва важливим елементом має бути система цінностей, яка у взаємодії з мотивами і наявними навичками визначає поведінку людини.

Американський дослідник Річард Флоріда, у своїх працях активно описує креативний клас, до якого належать спеціалісти, які працюють в тих галузях економіки, що потребують наявності належного рівня освіти, знань та кваліфікації. Відповідно, такі працівники повинні постійно мислити, унікальним чином застосовувати стандартні підходи або знаходити їх оптимальне співвідношення, надавати свою незалежну оцінку

тому що відбувається і періодично створювати щось нове [1, с. 58]. Він впевнений у тому, що креативний клас концентрується в центрах творчої активності. Саме тому, такі міста як Сіетл, Остін і Торонто трансформуються у не просто центри технічних інновацій, а в розвинені креативні співтовариства.

Але, чим гострішою є потреба у використанні творчого бачення працівників, тим більша необхідність вирішення проблем креативності, вивченні її природи і форм прояву, джерел, стимулів та умов розвитку. Проблеми управління інновативними працівниками, такі, як мотивація та розвиток їх креативності, неможливо вирішити без дослідження даного поняття.

На сьогоднішній день існує безліч трактувань мотивації, що нерідко ускладнює однозначне її розуміння. У зарубіжній літературі вже давно широкого поширення набула так звана мотивація креативності, або ж мотивація творчої праці. Узагальнюючи підходи науковців щодо даного визначення, можна стверджувати, що погляди є схожими між собою і в той же час, однозначне трактування поки що відсутнє, в силу того, що дана категорія розглядається у розрізі багатьох наук. Узагальнюючи визначення відомих вчених-дослідників креативності і виділяючи їх інваріантне ядро, в даному дослідженні пропонуємо трактувати мотивацію креативності як бажання здійснювати процес пошуку та застосування якісно нових ідей та способів, що задовольняють певні особисті потреби (задоволення від праці, саморозвиток, повага). Прояв креативного мислення тісно пов'язаний з високим інтелектом, самооцінкою та внутрішньою мотивацією.

Варто підкреслити значення мотивації до інноваційної діяльності у сфері освіти, науки та підприємництва для молоді. Мотиваційний компонент готовності молодих студентів, вчених та спеціалістів до такої діяльності характеризується усвідомленням значущості знань про інноваційну діяльність, наявністю позитивного внутрішнього і зовнішнього мотивів до заняття творчою технічною діяльністю, задоволеністю процесом (способами отримання і обробки проміжних результатів) та кінцевими результатами такої діяльності.

В даному контексті, пропонуємо ввести у науковий обіг поняття “мотивація інноваційного потенціалу молоді”, під яким розуміємо складний процес, що складається із комплексу економічних та соціальних заходів, спрямованих на вироблення у молоді мотивів до трудової активності в інноваційній сфері в результаті чого відбувається повне та ефективне розкриття і використання їх інноваційного потенціалу. Мотивація інноваційного потенціалу молоді (МППМ) виступає результатом розуміння доступного набору можливих результатів та досягнень в інноваційній сфері діяльності, а також системи матеріальних та нематеріальних винагород, які будуть отримуватися молоддю. На нашу думку, МППМ є важливим фактором, який забезпечить не тільки успіх впровадження інновацій в процесі трудової діяльності, а й впливатиме на бажання особистості до самореалізації як інноваційного професіонала, на рівень сприйнятливості до нововведень, на потребу в створенні інноваційних проектів як нового способу вирішення актуальних проблем в суспільстві.

У свою чергу, наявні можливості залежать, в основному, від того, в якій сфері майбутній працівник вирішив працювати (система освіти як сфера зайнятості, наука чи інноваційне підприємство). Причому, варто мати на увазі, що в інноваційній економіці існує високий ступінь невизначеності в тому, які наукові результати діяльності будуть отримані через декілька років. У той же час, існують великі ризики для молодих інноваторів отримати низький ефект або навіть збитки. Тому система мотивації повинна бути дуже гнучкою.

У своїх працях професор Гарвардської бізнес-школи Тереза Амабайл, описує ряд чинників, які заохочують або придушують креативність, а саме: знання, навички

креативного мислення і мотивацію. Причому, знання і креативне мислення – є сировиною, природними ресурсами людини, без яких неможливе впровадження справжніх інновацій. Але, найголовнішим фактором, який справляє вплив на вибір майбутнього виду діяльності, виступає мотивація. Хоча мотивація поділяється на зовнішню та внутрішню, остання для розвитку креативності є вирішальною. Тобто, захоплення та інтерес (внутрішнє бажання людини щось створити) – основа внутрішньої мотивації [3, с. 83].

До того ж, на нашу думку, суттєвий вплив на розвиток креативних поглядів, ідей має зовнішнє оточення молоді особи. Оскільки виховання, навчання та спілкування цілеспрямовано впливають на розвиток особистості і формування її творчих задатків. В тому числі, батьки справляють вплив на виховання таких якостей як цікавість та увага, вчителі та викладачі прививають навички співпраці, аналітичні здібності, ініціативність.

Характерними рисами сучасних концепцій мотивації праці в країнах розвинутої ринкової економіки стає стимулювання розвитку конкурентоспроможності працівників, їх творчої активності, всебічне заохочення реалізації в праці інтелектуального потенціалу, врахування складності праці, пов'язаної з розробкою нововведень, поширення індивідуального підходу до оцінки результатів праці [2, с. 147].

З метою заохочення творчості і креативності на підприємстві пропонуємо застосовувати такі методи:

- гарантування віддачі за нові ідеї. Створення нових ідей вимагає часу і зусиль, тому співробітники повинні знати, що їх творчість цінується;

- визнання і заохочення співробітництва. Творчість, як правило, повторюваний процес, в якому одна людина висловлює первісну ідею, а інші вже відштовхуються від неї з метою поліпшення. Кращі команди будуються з найкращих працівників, тому вони повинні бути мотивовані;

- орієнтація на творчість. За необхідності творчих ідей, керівник повинен чітко сформулювати бачення майбутнього результату. Оскільки, розбіжність у поглядах може відштовхувати співробітників пропонувати ідеї, які тягнуть за собою невдачу.

- винагорода за зважені невдачі. Ідеї, навіяні натхненням, часто зазнають невдачі, перш ніж реалізуються. Для створення інновацій потрібно винагороджувати зусилля і сміливість, адже творчість, це свого роду ризик.

Підводячи підсумок, зазначимо, що підготовка молоді до інноваційної діяльності, формування мотивації до даної діяльності, формування креативного мислення є складним, багатоаспектним питанням. І, на наш погляд, підвищення інноваційної активності молоді слід розглядати в світлі економічної, науково-дослідної та освітньої проблематики, умов взаємодії і мотивації всіх його учасників. Саме тому, подальші дослідження будуть спрямовані на виявлення ключових мотиваторів і бар'єрів для молоді на шляху залучення у сфери науки та інноваційного підприємництва, а також розробку механізму соціально-економічної мотивації розвитку інноваційного потенціалу молоді з використанням соціальних інновацій та інвестицій.

Список літератури

1. Amabile T. M. How to Kill Creativity. Harvard Business Review 76, no. 5 (September-October 1998). – P. 76-87.
2. Семикіна М. В. Мотивація конкурентоспроможної праці: теорія і практика регулювання. Монографія. – Кіровоград: ПіК, 2003. – 426 с.
3. Флорида Р. Креативный класс. Люди, которые создают будущее / Ричард Флорида; пер. с англ. Н. Яцюк; [науч. ред. Р. Хусаинов]. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2016. – 384 с.