

УДОСКОНАЛЕННЯ МОТИВАЦІЙНОГО МЕХАНІЗМУ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Запропоновано за допомогою математичної функції розробити шкалу заохочення фахівців за величину реального ефекту від впровадження заходу.

Аннотация. Предложено с помощью математической функции разработать шкалу поощрения специалистов величины реального эффекта от внедрения мероприятия.

Annotation. This paper proposes using a mathematical tool to encourage professionals to develop a scale for the value of the real effect of the implemented measures.

Ключові слова: мотивація, мотиваційний механізм, персонал, підприємство, стимулювання, інноваційний розвиток.

Сучасні теоретичні здобутки вчених у галузі мотивації підприємства до інноваційного розвитку базуються на більш ніж столітньому світовому досвіді організації праці, проте здебільшого стосуються мотивації персоналу. Зокрема, активно і плідно працюють у цьому напрямі: Ястремська О. М., Дороніна М. С., Білоброва Т. Д., Занюк С. С., Тертична Л. І., Костюк Т. П., Колот А. М., Коваленко П. Н. та ін. [1 – 9].

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

Мотиваційний механізм діяльності залежить від рівня мотивації, від учасників процесу, від зовнішніх та внутрішніх факторів. До внутрішніх чинників належать: організаційна структура, інноваційний потенціал підприємства, розмір організації, фінансові можливості підприємства, науково-технічні можливості підприємства, технологія виробництва, інформаційна інфраструктура, кадровий потенціал. До зовнішніх чинників належать: нормативно-законодавча база, патентно-ліцензійне законодавство, амортизаційна політика, організаційне забезпечення інноваційної діяльності, фінансово-кредитна політика, конкурентна боротьба, система оподаткування та попит.

За відсутності мотиваційних механізмів і систем стимулювання творчості інноваційна складова в результатах трудової діяльності вкрай низька. Для посилення інноваційної складової праці та активізації творчого потенціалу персоналу необхідно передбачити комплекс винагород за творчу діяльність.

Головним визначальним стимулом у більшості випадків є рівень заробітної плати. Мотивація трудової діяльності не може бути дієвою без задоволення матеріальних потреб, орієнтації на матеріальний інтерес працівників. Підвищення значення трудових і статутних мотивів не означає абсолютного зниження ролі матеріальних мотивів та стимулів. Вони, як і раніше, залишаються важливим каталізатором, здатним істотно підвищити трудову активність та сприяти досягненню особистих цілей і цілей організації.

Складовою механізму заохочення працівників підприємства є одноразові премії та винагороди, які мають цілком конкретне призначення. Доповнюючи системи оцінювання трудового внеску працівників, ці елементи значно підвищують гнучкість і дієвість організації заробітної плати. Запроваджуючи виплату одноразових премій і винагород, роботодавці можуть заохочувати й розвивати у працівників якість, що безпосередньо впливають на ефективність роботи, проте не підлягають точній кількісній оцінці (авторитет у колективі, відданість фірмі, творче ставлення до роботи, загальна й професійна культура, сумлінність тощо).

Одноразові премії та винагороди є ефективною формою матеріального й модального заохочення ще й тому, що, як свідчить практика й дані соціальних соціологічних і психологічних досліджень, людям притаманні висока адаптивність і швидке звикання до незмінної сталої системи стимулювання. Якщо позитивне підкріплення (заохочення) стає очікуваним (передбачуваним), то воно втрачає свою мотиваційну силу – працівник просто перестає реагувати на нього.

У роботі пропонується підвищити ефективність стимулювання інноваційних розробок таким чином. По-перше, премію виплачуватиме не за заявлений ефект, а за реальний, отриманий у результаті впровадження заходу, по-друге, розмір премій слід пов'язувати з розміром реального ефекту за допомогою математичних функцій [136]. Такий підхід підвищить реальність планів технічного розвитку й посилить зацікавленість працівників у розробці інноваційних рішень.

У загальному вигляді математична функція заохочення має вигляд:

$$Y = f(x), \quad (1)$$

де Y – розмір премій;

x – розмір стимулюючого показника;

f – форма зв'язку між ними.

Для побудови системи стимулювання за величину реального ефекту пропонується використовувати ступеневу функцію, що має вигляд $Y = a \times X^b$. Розрахунок параметрів функції робиться на основі рішення системи рівнянь:

$$\begin{aligned} Y_{\max} &= a \times X_{\max}^b \\ Y_{\min} &= a \times X_{\min}^b \end{aligned}$$

На основі розрахованої функції заохочення будують шкали, де в компактній формі обчислюються розміри премій для будь-якого значення стимулюючого показника.

Розглянемо методику побудови таких шкал на прикладі роботи відділу головного технолога. Аналіз роботи відділу показав, що мінімальне значення реального ефекту становить 50 тис. грн, Максимально досягне – 150 тис. грн. На основі економічних розрахунків було прийнято, що премія за мінімальне значення ефекту складе 2,5 %, а премія за максимальне значення ефекту 20 – % від його величини. Функція заохочення має вигляд $Y = 0,06 \times X^{1,16}$. Були взяті такі межі інтервалів зміни реального ефекту – (X): 25, 50, 75 і 150 тис. грн. Розрахунки премій за ці межі (Y_i) проведені за формулою:

$$Y_i = Y_{i-1} + \alpha_{i-1} \cdot \Delta X_{i-1}, \quad (2)$$

де Y_{i-1} – заохочення в (i-1)-му інтервалі шкали;

α_{i-1} – норматив приросту заохочення на одиницю зростання стимулюючого показника в попередньому інтервалі;

ΔX_{i-1} – приріст стимулюючого показника в попередньому інтервалі.

Потім була побудована шкала заохочення фахівців за величину реального ефекту від впровадження заходів. Користуватися шкалою треба таким чином: припустимо, що ефект склав 90 тис. грн. Це значення стимулюючого показника потрапляє в третій інтервал шкали (від 75,0 до 100,0). У цьому інтервалі заохочення за досягнення лівої межі інтервалу (75,0) складає Y = 8,75 %, а за її перевищення, у даному випадку на 15,0 тис. грн. (90 – 75) додається ще 15 × 0,15 = 2,25 %. Таким чином, загальний розмір премій складе 8,75 + 2,25 = 11 % від ефекту. Шкала заохочення фахівців за величину реального ефекту від впровадження заходу наведено в таблиці.

Таблиця

Шкала заохочення фахівців за величину реального ефекту від впровадження заходу

Розмір реального ефекту від впровадження заходу, тис. грн	Розмір премій у відсотках від ефекту	
	За досягнення лівої межі інтервалу (Y)	За кожну тис. грн, що перевищує ліву межу інтервалу (α)
Від 25,0 до 50,0	2,5	0,13
Від 50,0 до 75,0	5,25	0,14
Від 75,0 до 150,0	8,75	0,15
Вище 150,0	20,0	0,16

Запропонований підхід до стимулювання інноваційних розробок посилить матеріальну зацікавленість у створенні реальних заходів, які сприятимуть зростанню продуктивності праці, зниженню собівартості продукції, підвищенню її якості та конкурентоспроможності.

Наук. керівн. Омелашко Н. М.

Література: 1. Білоброва Т. О. Проблеми мотивації інноваційної діяльності: світова практика та українські реалії / Т. О. Білоброва // Економіка. – 2006. – № 78. – С. 9–13. 2. Дороніна М. С. Трудовий менталітет як предмет менеджменту / М. С. Дороніна, Т. В. Голубова [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.nbuv.gov.ua>. 3. Занюк С. С. Психологія мотивації: Теорія і практика мотивування. Мотиваційний тренінг / С. С. Занюк. – К.: Ельга – Н; Ника-Центр, 2001. – 352с. 4. Коваленко П. Н. Інноваційні процеси в менеджменті у системі пріоритетів національного розвитку / Коваленко П. Н. // Зовнішня торгівля: право та економіка. – 2007. – № 5. – С. 54–60. 5. Колот А. М. Мотивація інноваційної діяльності: теорія і практика державного управління / А. М. Колот, А. Є. Никифоров // Економіка та держава. – 2008. – № 5. – С. 17–23. 6. Костюк Т. П. Мотивація інноваційної діяльності в сучасних умовах господарювання / Костюк Т. П. // Вісник ЖДТУ. Економічні науки. – 2010. – № 1. – С. 51–55. 7. Тертична Л. І. Мотиваційні механізми як складова інноваційної діяльності підприємств в умовах глобалізації / Л. І. Тертична [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.nbuv.gov.ua>. 8. Хайкин В. П. Определение стимулирующей силы функции поощрения / В. П. Хайкин, Н. Н. Омелашко // Экономико-математические методы и модели. – 2010. – № 3. – С. 25–29. 9. Ястремська О. М. Головні складові механізму стратегічного інвестування підприємств / О. М. Ястремська // Проблеми науки. – 2002. – № 5. – С.25–30.