

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ, МОЛОДІ ТА СПОРТУ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

БАРДАДИМ ОЛЬГА ІГОРІВНА

УДК 005.32:331.101.3: 658.589 (043.3)

МОТИВАЦІЯ КРЕАТИВНОСТІ НОВАТОРІВ У ПРОМИСЛОВОСТІ

Спеціальність 08.00.07 – демографія, економіка праці, соціальна економіка і політика

АВТОРЕФЕРАТ
дисертації на здобуття наукового ступеня
кандидата економічних наук

Харків – 2012

Дисертацією є рукопис.

Робота виконана в Харківському національному економічному університеті Міністерства освіти і науки, молоді та спорту України

Науковий керівник: кандидат економічних наук, доцент
Резнікова Тетяна Олександрівна,
Харківський національний економічний університет,
доцент кафедри міжнародної економіки та менеджменту
зовнішньоекономічної діяльності.

Офіційні опоненти: доктор економічних наук, професор
Семикіна Марина Валентинівна,
Кіровоградський національний технічний університет,
завідувач кафедри економіки та організації виробництва;

кандидат економічних наук, доцент
Грузіна Інна Анатоліївна,
Харківський національний економічний університет,
доцент кафедри менеджменту.

Захист відбудеться «14» червня 2012 р. о 13⁰⁰ годині на засіданні спеціалізованої вченої ради, шифр К 64.055.02, Харківського національного економічного університету за адресою: пров. Інженерний, 1а, м. Харків, 61166.

З дисертацією можна ознайомитись у бібліотеці Харківського національного економічного університету за адресою: пров. Інженерний, 1а, м. Харків, 61166.

Автореферат розісланий «14» травня 2012 р.

Учений секретар
спеціалізованої вченої ради

С. Ю. Гончарова

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. Інноваційна модель економічного зростання не має для України альтернатив на сучасному етапі цивілізаційного розвитку. Досвід розвинутих країн свідчить, що на частку інноваційних технологій, продукції, обладнання припадає від 70 до 85% приросту валового внутрішнього продукту, в Україні ж цей показник становить 0,7%. Якщо за останніх 15 років кількість працюючих в інноваційній сфері в США і Західній Європі збільшилася в два рази, в Південно-Східній Азії – в чотири рази, то в Україні вона знизилася в три рази. Як результат, у 2010 році Україна посіла лише 64 місце в світі за показником глобального інноваційного розвитку. Промисловий сектор відіграє провідну роль у вітчизняній економіці: саме на нього припадає близько 30% валового внутрішнього продукту, 75% матеріальних благ та 35% зайнятого в господарстві країни населення. Тому зростає потреба промисловості в працівниках, здатних креативно підходити до будь-яких завдань, нетрадиційно і якісно вирішувати існуючі проблеми. Креативність, як процес пошуку та застосування інноваційних рішень, стає одним з основних джерел створення конкурентних переваг промисловості та додаткової вартості її галузей.

На макроекономічному рівні в Україні створюються певні передумови інноваційного розвитку економіки (на користь цього свідчить значна кількість прийнятих законодавчих актів, зокрема: нова редакція Закону України «Про наукову і науково-технічну діяльність», Концепція науково-технічного та інноваційного розвитку України, Закони «Про інноваційну діяльність» і «Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні» та ін.), але досвід реалізації державних інноваційних програм та проектів свідчить про те, що проблему низької інноваційної активності українських промислових підприємств неможливо вирішити директивним шляхом. Необхідний дієвий мотиваційний механізм, що спонукає би новаторів до створення і комерціалізації нововведень у промисловості в цілому та на рівні підприємств.

Питання взаємозв'язку мотивації, креативності та інновацій розглядали у своїх роботах всесвітньо відомі вчені: Т. Амабіль, Ф. Герцберг, Т. Ділон, П. Друкер, Н. Кеннер, М. Маккобі, А. Маслоу, Д. Мак-Клеланд, М. Мескон, Л. Спенсер, Р. Фатхутдінов та ін. Питанням створення нововведень приділяли значну увагу Ю. Анісимов, П. Завлін, Н. Моїсеєва, Ю. Морозов, А. Пригожин, Б. Санто, Б. Твісс, І. Шумпетер та інші. Серед українських вчених дослідженнями мотивації займалися Д. Богиня, М. Волгін, О. Єгоршин, А. Колот, Т. Костишина, Л. Лутай, В. Пономаренко, М. Семікіна, О. Ястремська та ін.

Віддаючи належне існуючому науковому доробку, певне коло проблем мотивації креативності новаторів залишається недостатньо розробленим. Зокрема, потребують подальших досліджень: концептуальні положення мотивації креативності новаторів; класифікація та оцінювання новаторів за рівнем їх компетентності; методи мотивації та розвитку креативності новаторів; інформаційне забезпечення управління мотивацією креативності новаторів; методичне забезпечення з підвищення мотивації новаторів до міжнародної співпраці. Недостатньо повна вирішеність зазначених питань зумовлює вибір теми, мету та задачі дослідження.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дисертаційну роботу виконано у відповідності з планами науково-дослідних робіт Харківського

національного економічного університету за темами: «Мотивація інноваційно активного персоналу підприємства» (№ державної реєстрації 0111U009516), у межах якої здобувачем розроблено розділи «Формування напрямків зовнішньої мотивації інноваційно активного персоналу підприємства», «Розробка методу оцінки внутрішньої мотивації інноваційно активного персоналу підприємства», «Розробка методичного підходу до мотивації інноваційно активного персоналу підприємства»; «Методологічне та методичне забезпечення управління організаційними знаннями в умовах інформаціологічної економіки» (№ державної реєстрації 0111U003026), у межах якої здобувачем розроблено розділ «Теоретичне та методичне забезпечення мотивації креативності новаторів у промисловості».

Мета і задачі дослідження. Метою дисертації є подальший розвиток теоретичних положень мотивації креативності новаторів та розроблення методичного забезпечення її підвищення у промисловості.

Для досягнення поставленої мети було поставлено і вирішено такі наукові і практичні задачі:

узагальнити підходи до сутності мотивації креативності новаторів у промисловості та довести необхідність урахування їх внутрішньої мотивації;

уточнити концептуальні положення мотивації креативності новаторів;

визначити стан ринку праці новаторів в Україні і за кордоном та узагальнити існуючі методи мотивації креативності новаторів у промисловості;

удосконалити класифікацію новаторів у промисловості за рівнем їх компетентності;

розробити модель компетенцій новаторів для оцінювання їх внутрішньої мотивації;

розвинути процедуру вибору напрямків зовнішньої мотивації креативності новаторів;

розробити методичний підхід до мотивації креативності новаторів у промисловості;

обґрунтувати структуру інформаційного забезпечення управління мотивацією креативності новаторів на промислових підприємствах;

сформулювати методичний підхід щодо підвищення мотивації новаторів до міжнародної співпраці у промисловості.

Об'єктом дослідження є процес мотивації креативності новаторів – розробників продуктових та технологічних нововведень.

Предметом дослідження є теоретичне, методичне та практичне забезпечення підвищення мотивації креативності новаторів у промисловості з урахуванням їх компетентності.

Інформаційною базою дослідження є законодавчі та нормативно-правові документи України, наукові праці провідних учених з проблем мотивації інноваційної діяльності, матеріали періодичних видань, дані Державного комітету статистики України, міжнародних організацій та установ, звіти окремих суб'єктів господарювання у промисловості, результати власних соціально-економічних досліджень.

Методи дослідження. Для досягнення поставленої мети було використано загальнонаукові методи: *аналіз і синтез* – для удосконалення існуючих підходів до мотивації креативності новаторів і уточнення понятійного апарату; *індукція* – для висунення гіпотези про успішність мотивації креативності новаторів на основі аналізу їх компетентності; *структурно-логічний метод* – для побудови логіки та структури дослідження; *графічний метод* – для наочного подання матеріалу. У процесі дослідження застосовувалися також спеціальні методи: для отримання даних про

компетентність та мотиви новаторів – *статистичне спостереження, інтерв'ю поведінкових прикладів, рейтингові оцінки, експертні оцінки, опитування, анкетування, тестування*; для обробки даних про компетентність та мотиви новаторів – *методи описової статистики, ранжування, кореляційний аналіз, кластерний аналіз, багатовимірний факторний аналіз, дискримінантний аналіз, розрахунок таксонометричного показника*; для формування структури інформаційного забезпечення управління мотивацією креативності новаторів – *методи інтелектуальної обробки інформації*.

Наукова новизна дослідження полягає в такому:

вперше:

розроблено модель компетенцій новаторів, особливістю якої є вміст специфічних для новаторів компетенцій, згрупованих у кластери компетенцій («менеджерські», «креативні», «комунікативні», «когнітивні», «особиста ефективність», «орієнтація на досягнення»), шкал оцінки їх рівня, що дозволяє визначити рівень компетенцій новаторів, які розглядаються як знання, вміння, навички, мотиви та психофізичні властивості працівника, що забезпечують його бажання та здатність до створення якісно нових об'єктів.

удосконалено:

концептуальні положення мотивації креативності новаторів, що відрізняються від існуючих урахуванням рівня самомотивації працівника як основного фактора креативності; застосуванням аналізу глибинних компетенцій новатора для виявлення рівня його внутрішньої мотивації; визначенням інтересу до роботи та її новаторського характеру як головного чинника самомотивації новаторів; виділенням типу новатора для підвищення його самомотивації; визнанням необхідності вибору методів зовнішньої мотивації креативності новаторів з урахуванням індивідуального мотиваційного профілю; визнанням рівня компетентності працівника та результативності його праці критеріями ефективності мотивації креативності, що дозволяє науково обґрунтувати методичне забезпечення мотивації креативності новаторів;

класифікацію новаторів за новою запропонованою ознакою – «рівень компетентності новаторів», за яким виділено новаторів-організаторів, новаторів-індивідуальних працівників та новаторів-виконавців, що дозволяє диференційовано підходити до оцінки рівня внутрішньої мотивації, зовнішньої мотивації та розвитку креативності новаторів;

методичний підхід до мотивації креативності новаторів у промисловості, особливістю якого є: виділення послідовних етапів процесу мотивації новаторів (оцінка внутрішньої мотивації креативності, вибір напрямків зовнішньої мотивації креативності та розвиток креативності); застосування змістовних методів оцінки, мотивації та розвитку новаторів, що дозволить підвищити рівень компетентності та задоволеності новаторів;

структура інформаційного забезпечення управління мотивацією креативності новаторів у промисловості, що відрізняється від існуючих врахуванням взаємозв'язку між необхідними та наявними компетенціями новаторів, їх мотиваційною чутливістю, рівнем задоволеності, результативністю праці, що дозволить підвищити якість бізнес-процесів у сфері мотивації креативності новаторів;

дістали подальшого розвитку:

процедура вибору напрямків зовнішньої мотивації креативності новаторів, відмінність якої полягає у виявленні рівня задоволеності та мотиваційної чутливості

працівників до виділених базових мотивів, що дозволить знизити плинність кадрів суб'єктів господарювання у промисловості;

методичний підхід щодо підвищення мотивації новаторів до міжнародної співпраці у промисловості, особливістю якого є: врахування особливостей систем організації праці та мотивації новаторів різних країн; визначення компетентності новаторів у відповідності до можливих інноваційних партнерів підприємства; розрахунок матеріальної винагороди новаторів; обґрунтування раціональності залучення різних типів новаторів до співпраці на основі аналізу їх компетентності, що дозволить підвищити ефективність мотивації новаторів до міжнародної співпраці.

Практичне значення отриманих результатів полягає в тому, що запропоновані теоретичні і методичні розробки доведені до рівня практичних рекомендацій, впровадження яких суб'єктами промисловості дозволить ухвалювати обґрунтовані рішення у процесі діагностики, мотивації та розвитку креативності новаторів, що підвищить ефективність управління їх працею зі створення продуктових і технологічних нововведень.

Основні результати дисертації було використано у практичній діяльності ЗАТ «Технологічний парк «Інститут монокристалів» (довідка №134 від 15. 09. 2010 р.), ДП «Завод хімічних реактивів» (довідка № 05/960 від 10. 09 2010 р.).

Особистий внесок здобувача. Дисертація є самостійною завершеною роботою. У наукових працях, виконаних у співавторстві, в дисертації використано лише ті положення, що є результатом особистої роботи здобувача. Внесок автора в роботи, виконані у співавторстві, конкретизовано у списку опублікованих праць.

Апробація результатів дослідження. Основні положення та результати, що викладені в дисертації, доповідалися та обговорювалися на міжнародних науково-практичних конференціях, зокрема: VIII міжнародній науково-практичній конференції «Транснаціоналізація міжнародної економіки та пошук шляхів інноваційної співпраці» (м. Київ, 15 квітня 2008 р.); міжнародній науково-практичній конференції «Актуальные проблемы экономики, менеджмента, маркетинга» (м. Белгород, 17 листопада 2009 р.); IV міжнародній науково-практичній конференції «Соціально-гуманітарні проблеми менеджменту» (м. Донецьк, 23 жовтня 2009 р.); міжнародній науково-практичній конференції «Інтеграційні процеси в економіці України» (м. Харків, 11-12 квітня 2008 р.); міжнародній науково-практичній конференції «Сучасні проблеми управління підприємствами: теорія і практика» (м. Харків, 15-16 листопада 2010 р.); міжнародній конференції молодих вчених та студентів «Інноваційні процеси економічного розвитку: вітчизняний та зарубіжний досвід» (м. Тернопіль, 25 березня 2010 р.); VII міжнародній науково-практичній конференції «Perspektywiczne opracowania sa nauka i technikami (Przemysl, 15 листопада 2011 р.); міжнародній науково-практичній конференції «Соціально-гуманітарні проблеми менеджменту» (м. Львів, 10 лютого 2012 р.).

Публікації. Основні результати дисертації опубліковані в 15 наукових працях загальним обсягом 4,59 ум. др. арк. (особисто автору належить 4,1 ум. др. арк), з них 7 статей у наукових фахових виданнях з економіки обсягом 2, 94 ум. др. арк., 1 стаття у міжнародному журналі, 7 тез міжнародних конференцій.

Структура та обсяг роботи. Дисертація складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Загальний обсяг дисертації становить 269 сторінок, у тому числі основний текст – 178 сторінок. Робота містить 52

таблиці на 74 сторінках (10 таблиць займають 11 повних сторінок), 50 рисунків – на 46 сторінках (3 рисунка займають 3 повних сторінки), 10 додатків на 57 сторінках та список використаних джерел із 240 найменувань на 20 сторінках.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ ДИСЕРТАЦІЇ

У **вступі** обґрунтовано актуальність теми дослідження, визначено його мету та задачі, об'єкт та предмет, зазначено методи дослідження, розкрито положення наукової новизни та визначено практичне значення отриманих результатів.

У **першому розділі** – «**Теоретичні основи мотивації креативності новаторів у промисловості**» узагальнено підходи до сутності мотивації креативності новаторів та доведено необхідність урахування їх внутрішньої мотивації; удосконалено концептуальні положення мотивації новаторів на основі аналізу їх компетентності.

Проведені теоретичні дослідження мотивації креативності новаторів дозволили уточнити трактування та взаємозв'язок категорій «новатор», «нововведення», «креативність», «інноваційний процес», «мотивація», а також встановити суперечності в розумінні співвідношення креативності та продуктивності праці. Виявлено, що термін «креативність» розглядається в економіці як здатність знаходити нестандартні рішення без зв'язку з інноваційним процесом.

Узагальнення та систематизація основних теорій мотивації дозволили виявити відмінності мотивації креативності новаторів від загальної трудової мотивації, що полягають, перш за все, в домінуванні внутрішньої мотивації.

Аналіз проблеми внутрішньої та зовнішньої детермінації мотивації креативності новаторів дозволив дійти висновку, що сучасна домінуюча концепція ототожнення креативності і дивергентного мислення недостатньо прийнятна як теоретична основа для діагностики та мотивації креативності новаторів. Існуючі підходи до стимулювання креативності, які базуються на цій концепції, не враховують роль внутрішньої мотивації працівника. Тому в дисертації висунуто гіпотезу про наявність причинно-наслідкового зв'язку між рівнем компетентності, мотивацією та результативністю трудового процесу новатора, яку було підтверджено в другому та третьому її розділах. Впливати на креативність працівників при цьому можна: першочергово в зоні оцінки рівня внутрішньої мотивації шляхом аналізу глибинних компетенцій, відповідно до рівня яких підбирається тип роботи новатора; в зоні зовнішньої мотивації та розвитку креативності, де розвиваються поверхневі компетенції, мотивується працівник відповідно до його зовнішніх мотивів та створюються відповідні до типу роботи умови праці.

На основі зазначеної гіпотези сформовано базові поняття та концептуальні положення мотивації креативності новаторів з урахуванням їх компетентності, що полягають у: розгляді рівня внутрішньої мотивації новатора як основного фактора креативності; застосуванні аналізу глибинних компетенцій працівника для виявлення рівня його внутрішньої мотивації; визначенні інтересу до роботи та її новаторського характеру як головного чинника внутрішньої мотивації новаторів; виділенні типу новатора для вибору роботи, що відповідає його компетенціям; підборі методів розвитку компетенцій новатора на основі індивідуальної програми; визнанні необхідності вибору методів зовнішньої мотивації креативності новаторів на основі створення індивідуального мотиваційного профілю; визнанні рівня компетентності працівника та

результативності його праці критеріями ефективності мотивації креативності.

Уточнено категоріальний апарат мотивації креативності новаторів. Креативність визначена не тільки як внутрішньо мотивований процес висунення ідей, але й процес доведення їх до конкретного практичного результату, що проявляється в створенні та застосуванні якісно нових об'єктів, які задовольняють певні потреби. Запропоновано та обґрунтовано поняття «компетенції новаторів» персоналу підприємства, що розглядається як знання, вміння, навички, мотиви та психофізіологічні властивості людини, що забезпечують її бажання та здатність до створення нововведень.

Концептуальні положення мотивації креативності новаторів на основі аналізу їх компетентності вирішують такі проблеми некоректності застосування теоретичних положень традиційного менеджменту в сфері мотивації креативності новаторів (табл. 1):

Таблиця 1

Вирішення проблем теорії і практики мотивації креативності новаторів в запропонованих концептуальних положеннях

Блок проблем	Існуючі концепції та підходи	Недоліки існуючих підходів	Вирішення проблем з використанням запропонованих концептуальних положень
1. Діагностика креативності новаторів	Концепції ототожнення креативності і дивергентного мислення; креативності та інтелекту; проєктивного прогнозування творчого потенціалу.	Низька валідність стандартних тестів виміру дивергентного мислення для діагностики результативного процесу створення нововведення.	Розробка моделі компетенцій новаторів дозволяє оцінити всі необхідні елементи, що забезпечують результативний креативний процес.
2. Визначення напрямків розвитку креативності новаторів	Концепції проблемно-орієнтованого вирішення творчих завдань; концепція алгоритмованого вирішення винахідницьких завдань.	Розвиток креативності працівників можливий до певної міри і не завжди є доцільним, оскільки креативність сама по собі не забезпечує результативний процес зі створенням корисного результату.	Оцінка компетентності дозволяє зробити відбір креативних працівників, а визначення типу новатора – підібрати роботу, що відповідає його мотивації та характеру. Індивідуальна програма дозволяє вибрати напрямки розвитку не креативності у вузькому сенсі, а компетенцій, що забезпечують розробку нововведень.
3. Підбір дієвих напрямків мотивації новаторів	Концепції зовнішньої мотивації як головного чинника креативності новаторів.	Мотивація новаторів не підлягає стандартному механізму трудової мотивації.	Виявлення рівня самомотивації працівника на основі аналізу компетентності та складання індивідуального мотиваційного профілю дозволяє підвищити загальну ефективність мотивації.
4. Оцінка результативності праці новаторів	Моделі оплати праці за кінцевими результатами інноваційної діяльності підприємств.	Оплата праці новаторів за кінцевими результатами ігнорує аспекти праці, які в даний час не значимі, але є перспективними у майбутньому.	Оцінка компетентності новаторів з додатковим аналізом «точних даних» дозволяє об'єктивно оцінити результативність праці новатора.

Запропоновані концептуальні положення забезпечують комплексний підхід до оцінки, мотивації та розвитку креативності новаторів у промисловості та дозволяють вирішити суперечності, що характеризують сучасну ситуацію в теорії і практиці досліджень мотивації креативності.

В другому розділі – «Діагностика мотивації креативності новаторів у промисловості» визначено стан ринку праці новаторів в Україні і за кордоном, узагальнено існуючі методи мотивації креативності новаторів у промисловості; удосконалено класифікацію новаторів за рівнем їх компетентності; роблено модель компетенцій новаторів та розвинуто процедуру вибору напрямків зовнішньої мотивації їх креативності.

Дослідження стану ринку праці новаторів в Україні та за кордоном, а саме:

попиту та пропозиції, якості робочої сили, організації та виноградів праці, відтворення трудового потенціалу, мобільності кадрів, – дозволив зробити висновок, що кількість та професійні якості новаторів у вітчизняній промисловості не відповідають сучасним ринковим потребам, що обумовлює необхідність розробки напрямків їх мотивації до створення нових знань в країні, а також до міжнародної співпраці в інноваційній сфері. Частка підприємств, що здійснювали інноваційну діяльність, в загальній кількості промислових підприємств в Україні в 2011 р. була в 5 разів менше, ніж у розвинутих країнах. Кількість впроваджених нових прогресивних технологічних процесів в 2011 р. скоротилася порівняно з 1991 р. майже у 5 разів і впродовж 2003-2012 рр. залишалася майже без змін. Частка працівників, зайнятих в інноваційній сфері, за останні 5 років скоротилася з 0,81% до 0,69%.

Запропоновано шляхи вирішення проблем низького рівня розвитку ринку праці новаторів в Україні за допомогою мотивації креативності новаторів на основі аналізу методів оцінки рівня креативності новаторів (загальної оцінки трудових здібностей; методів оцінки креативності); мотивації креативності; розвитку креативності новаторів. Проведений аналіз показав, що існуючі методи не враховують наявність принципових відмінностей в компетенціях новаторів, тому в роботі запропоновано створити класифікацію новаторів за новою ознакою – рівнем компетентності.

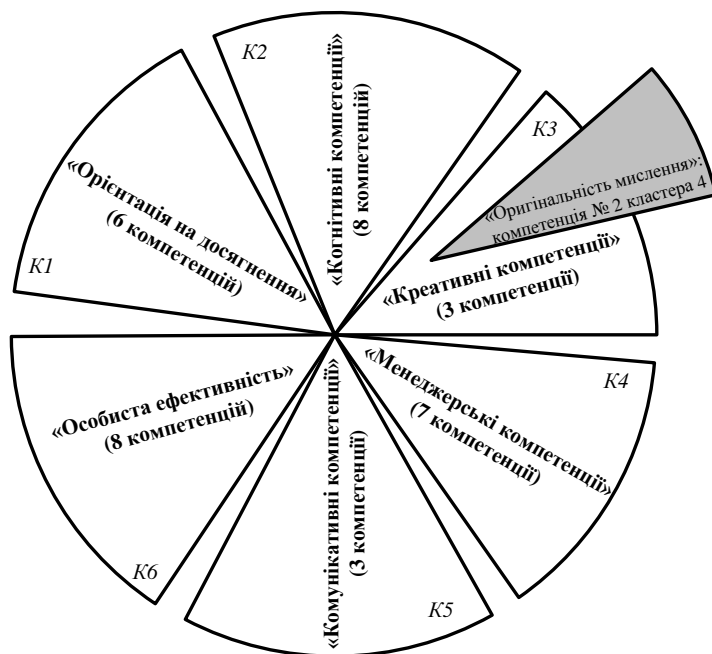
Для вирішення цього завдання обґрунтовано репрезентативність вибірки новаторів для статистичних досліджень, у склад якої увійшло 160 працівників, що згідно зі штатним розкладом підприємств та організацій, що досліджувалися, відносяться до категорії «дослідники» та «техніки». Коло ж посад що досліджувалися, – директори, начальники технологічних відділів, завідувачі лабораторій, наукові співробітники, інженери-технологи підприємств хімічної галузі. Виробнича діяльність підприємств та організацій, які становлять базу дослідження, згідно з КВЕД України, сконцентрована у переробній промисловості: ЗАО «Технологічний парк «Інститут Монокристалів», Інститут монокристалів НАН України, ДП «Завод хімічних реактивів», НДІ мікроприладів НАН України, Інститут сцинтиляційних матеріалів НАН України, НДВ хімії функціональних матеріалів, НТЦ Імунобіотехнології (Україна); а також лабораторія біофотоніки та фармакології, лабораторія матеріалів і способів каталізу (Франція), лабораторія клітинної динаміки (Німеччина).

У результаті проведених досліджень розроблено класифікацію новаторів за рівнем їх компетентності. Вхідними даними для групування новаторів була інформація: а) про значущість «типових компетенцій» за методикою Л. Спенсера для новаторів (отримана за допомогою анкетування, експертного оцінювання); б) про ключові компетенції новаторів (отримана за результатами статистичного спостереження, опитування, інтерв'ю поведінкових прикладів (ІПП)). Статистично підтверджено необхідність диференційованого підходу до мотивації креативності новаторів за допомогою: розрахунку достовірності відмінностей в оцінках значущості типових компетенцій новаторів різних типів за допомогою t-критерію Стьюдента, кластерного аналізу новаторів за оцінками значущості типових компетенцій, а також подальшого виділення факторів, яким надають перевагу представники трьох груп новаторів.

В результаті порівняння результатів визначення ключових компетенцій, «точних даних» про новаторів (кваліфікація, стаж, кількість публікацій, патентів, ліцензій, зразків, прибуток від впровадження розробок та створення нових робочих місць, тощо);

рейтингу новаторів за оцінками начальників та колег; даних щодо оцінок новаторами значущості типових компетенцій виявлено, що серед новаторів, які працюють в інноваційно активних колективах, можна чітко виділити три групи, які значно відрізняються рівнем компетентності, підходом до роботи та мотивацією: організатори – 24%, індивідуальні працівники – 25%, виконавці – 36% (15% вибірки склали працівники з низьким рівнем компетентності). Запропонована класифікація за ознакою «рівень компетентності» дозволяє диференційовано підходити до оцінки, мотивації та розвитку креативності новаторів, що підвищує ефективність їх трудової діяльності.

Для виявлення особливостей компетентності трьох груп новаторів було запропоновано засіб їх оцінювання – модель компетенцій (рис. 1). Словник ключових компетенцій та їх групування у 6 кластерів сформовано з граничних (мінімально необхідних) компетенцій, виділених шляхом багатовимірного факторного аналізу оцінок значущості типових компетенцій для аналізованої вибірки. «Диференціюючі» компетенції (властиві найкращим працівникам) визначено шляхом опитування та ІПП.



Шкала оцінювання компетенції «Оригінальність мислення»:

-1. Мислить шаблонно.

0. Іноді відходить від звичного способу мислення, копіює незвичайні ідеї та намагається адаптувати їх у роботі.

+1. Адаптує нові ідеї з інших областей.

+2. Має досить розвинену фантазію, уяву. В процесі роботи пропонує нові способи використання та нові незвичні функції об'єктів.

+3. Має дуже розвинену фантазію, уяву. Вигадує досі неіснуючі об'єкти, знаходить невідомі та неочевидні закономірності.

Описання у словнику компетенцій:

«Оригінальність мислення» – здатність продуціювати віддалені асоціації, незвичайні відповіді. Найкращі новатори характеризуються розвиненою уявою, образним мисленням. Вони не обмежують політ фантазії, знаходять аналогії та бачать в об'єктах нові ознаки і можливості. Новатори раціоналізують, удосконалюють об'єкти, додаючи деталі і пропонуючи нові способи використання та нові незвичні функції об'єкту або його частини.

Рис. 1. Структура моделі компетенцій новатора у промисловості та фрагмент описання компетенцій і шкали їх оцінювання

Кластер 1 описує намір якісно працювати і змагатися зі стандартами досконалості і включає компетенції: відданість справі; бажання зробити значуще; постановка складних цілей; ініціація дії; продуктивність праці; вміння доводити справу до результату.

Кластер 2 містить компетенції: жага до знань; здатність навчатися; ерудиція; професійна експертиза; концептуальне мислення; аналітичне мислення; практичні навички; пошук інформації.

Кластер 3 забезпечує нестандартний підхід до виконання робочих завдань: генерування нових ідей; оригінальність мислення; кмітливність.

Кластер 4 визначає управлінські якості: далекоглядність; відповідальність; автономність; передача досвіду; побудова команди; командне лідерство; планування.

Кластер 5 визначає здатність зав'язувати контакти і налагоджувати стосунки для робочих цілей: комунікабельність; побудова стосунків; вміння пояснювати.

Кластер 6 відображає аспекти зрілості працівника по відношенню до людей і до роботи. Ці компетенції контролюють ефективність виконання роботи при труднощах і тиску з боку середовища: віра в себе; амбіційність; самомотивація; гнучкість; рішучість; наполегливість; осмисленість роботи; дисциплінованість.

В моделі компетенцій новаторів всі шкали відмінностей мають однакову кількість рівнів (4), причому нульовий рівень збігається з пороговим, – мінімально ефективним рівнем компетентності для прийняттого виконання роботи. Для кожного рівня всіх компетенцій наведено поведінкові приклади. Валідність моделі підтверджено результатами оцінки рівня компетентності новаторів – розробників продуктивних і технологічних нововведень ЗАО «Технологічний парк «Інститут Монокристалів» та ДП «Завод хімреактивів», що співпадають з результатами аналізу «точних даних» ефективності новаторської діяльності.

У дисертації розроблено процедуру вибору напрямків зовнішньої мотивації креативності новаторів, що включає виявлення рівня їх мотиваційної чутливості до базових мотивів, виділених шляхом анкетування та інтерв'ю поведінкових прикладів (табл. 2).

Таблиця 2

Ключові зовнішні мотиви креативності новаторів у промисловості

Мотив	Відповідна характеристика роботи
1. Саморозвиток	виклик, можливість розвинути нові вміння, особистісне зростання
2. Інновативність та креативність	інноваційне вирішення завдань, використання уяви, створення нових концептів, відношення до помилок як до складової частини успіху
3. Людність	допомога іншим, соціальна направленість роботи, залученість до доброї справи
4. Різноманітність	часті зміни в завданнях, відсутність рутини
5. Ясність цілі	добре визначені цілі роботи
6. Амбіційні цілі	робота з великою віддачею, професійна амбітність
7. Практичність	використання інструментів та машин, фізична залученість до виконання завдання
8. Жорсткі рамки	жорсткі строки, зайнятість
9. Автономність	свобода самостійно визначати робочий графік, вибирати проекти та строки їх виконання
10. Приналежність	близькі стосунки з колегами, робота в команді, соціальне задоволення
11. Мобільність	можливість багато подорожувати, працювати за кордоном
12. Культура	стиль менеджменту в компанії, організаційна культура, відсутність бюрократизму
13. Технічність	використання технічних і конструкторських методів, робота з графікою, планами
14. Кваліфікація	широке визнання як професіонала, авторитетність
15. Просування	кар'єрне просування, можливість великої відповідальності та досягнення складних цілей
16. Стиль життя	свобода у реалізації непрофесійних амбіцій, дозволя, що підтримуються підприємством
17. Вплив	контролювання інших, відповідальність, командне лідерство
18. Визнання	статус, репутація, нагороди, атрибути успіху
19. Фінанси	значний дохід, хороша машина, матеріальний успіх
20. Ясність процедур	добре визначені норми та процедури, постійне отримання результату
21. Безпека	стабільність кар'єрного росту, прогнозований дохід, достатня пенсія

На основі виявлення рівня мотиваційної чутливості новаторів запропоновано розробку мотиваційного профілю новатора з використанням формули розрахунку рангу мотивів креативності:

$$R_M = \alpha_M \cdot (10 - M), \quad (1)$$

де: R_M – ранг мотиву працівника (діапазон $[0,1 \div 10]$, 10 - максимальна пріоритетність задоволення мотиву для підприємства); α_M – мотиваційна чутливість працівника до базових мотиваційних чинників ($[0,1 \div 1]$, 1 – максимальна значущість мотиву для працівника); M – ступінь задоволеності мотиву у працівника на роботі ($[1 \div 10]$, 1 – максимальна задоволеність).

Мотиви з найвищим рангом визначають напрямок мотивації працівника з боку

підприємства.

У третьому розділі – «Методичне забезпечення мотивації креативності новаторів у промисловості» розроблено методичний підхід до мотивації креативності новаторів; обґрунтовано структуру інформаційного забезпечення управління мотивацією креативності новаторів; розвинуто методичний підхід щодо підвищення мотивації новаторів до міжнародної співпраці.

В дисертації розроблено методичний підхід до мотивації креативності новаторів, що включає послідовність етапів, наведену на рис. 2:

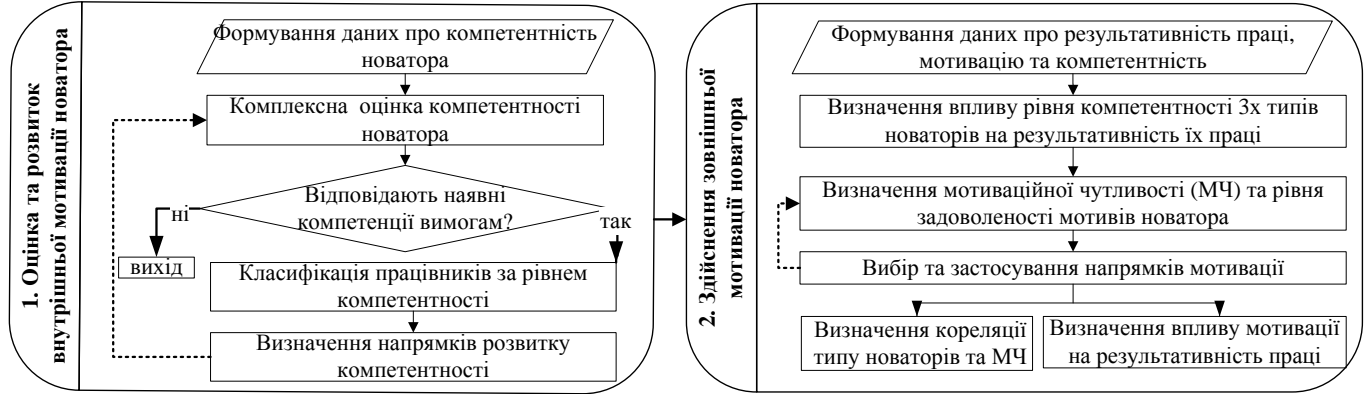


Рис. 2. Послідовність етапів методичного забезпечення мотивації креативності новаторів

Оцінку та розвиток внутрішньої мотивації новаторів запропоновано здійснювати з урахуванням їх компетентності у 3 етапи (табл. 3).

Таблиця 3

Етапи оцінювання та розвитку компетентності новаторів

Етап	Описання процедури оцінювання та розвитку компетентності новаторів
1. Комплексне оцінювання компетентності новаторів за допомогою розробленої моделі компетенцій	<p>Для визначення впливу рівня компетентності новаторів на результати їх роботи побудовано регресійну функцію, де незалежні змінні – рівні компетентності новаторів, а залежні – кількість нововведень у вигляді патентів, ліцензій або промислових зразків, створених ними за рік:</p> $K_{nam} = -0,65 + 0,37 \times K1.1 - 0,22 \times K1.2 + 0,22 \times Ціл + 0,4 \times K2.2 - 0,05 \times K2.3 + 0,59 \times K3.2 + 1,54 \times Inf \quad (2)$ <p>Чинники компетентності новаторів, отримані в результаті багатовимірного факторного аналізу для видалення незначущих змінних, такі (в дужках наведено факторні навантаження змінних, які увійшли до складу факторів): K1.1 – продуктивність праці (0,74), вміння доводити до результату (0,81), відданість справі (0,85), ініціативність (0,83); Ціл – постановка складних цілей; K2/1 – віра в себе (0,84), рішучість (0,81), наполегливість (0,73), гнучкість (0,91); K2.2 – самомотивація (0,71), боротьба з невдачами (0,88), осмисленість роботи (0,66), дисциплінованість (0,89); K2.3 – амбіційність (0,64), гнучкість (0,86); K3.2 – професійна експертиза (0,69), практичні навички (0,88); Упр – управлінська експертиза; Инф – пошук інформації; K5.1 – побудова команди (0,9), командне лідерство (0,83); Досв – передача досвіду; Ком – комунікабельність. Якість функції статистично підтверджено: вона може використовуватись для прогнозу результативності роботи на базі даних про компетенції новатора.</p>
2. Класифікація новаторів на основі аналізу рівня їх компетентності за допомогою отриманих дискримінантних функцій	<p>Коефіцієнти регресії показують ступінь впливу різних компетенцій на дискримінуючу здатність функцій класифікації новаторів щодо трьох типів новаторів: організатор, індивідуальний працівник та виконавець (приналежність до типу визначається максимальним значенням Т):</p> $T_{opr} = 12,39 \times K1.1 + 19,03 \times Ціл - 2,36 \times K2.1 + 3,57 \times K2.2 + 1,57 \times K2.3 - 0,31 \times K3.2 + 12,54 \times Упр - 16,84 \times Инф - 1,59 \times K5.1 + 3,56 \times Досв + 13,90 \times Ком - 67,94 \quad (3)$ $T_{иню} = -5,81 \times K1.1 + 0,12 \times Ціл - 12,48 \times K2.1 + 12,79 \times K2.2 + 16,02 \times K2.3 - 9,63 \times K3.2 - 9,46 \times Упр - 9,33 \times Инф - 3,15 \times K5.1 + 7,31 \times Досв + 15,38 \times Ком - 53,50 \quad (4)$ $T_{вик} = -2,96 \times K1.1 + 0,93 \times Ціл - 5,18 \times K2.1 + 4,94 \times K2.2 + 5,84 \times K2.3 - 4,53 \times K3.2 - 6,16 \times Упр - 0,57 \times Инф - 0,72 \times K5.1 + 2,62 \times Досв + 7,97 \times Ком - 8,61. \quad (5)$ <p>Апробацію класифікаційної функції здійснено на основі аналізу тестової вибірки на ЗАО «Технологічний парк «Інститут Монокристалів», ДП «Завод хімреактивів» та порівняння результатів класифікації з рейтингом найкращих новаторів, створеним їх керівниками.</p>

Етап	Описання процедури оцінювання та розвитку компетентності новаторів
3. Формування напрямків розвитку компетентності новатора за допомогою створення індивідуальної програми	Програма розвитку базується на різниці між наявними компетенціями працівника та компетенціями, демонстрованими найкращими співробітниками на аналогічній посаді. Визначено середні рівні всіх компетенцій для трьох типів новаторів, які можна використовувати як шаблон створення індивідуального плану розвитку працівника. Недостатній рівень певної компетенції новатора визначається як відхилення від «ідеального» рівня компетенцій різних типів новаторів. В результаті отримують «еталон» розвитку новатора кожного типу і визначають вимоги до його компетенцій. Індивідуальна програма розвитку компетентності працівника реалізується за допомогою: центрів розвитку, робочих завдань, наставництва, організаційних змін, інтерактивного навчання, учбових програм, тренінгів. Практичне використання програми розвитку компетентності працівників на ЗАО «Технологічний парк «Інститут Монокристалів» за 1 рік показало збільшення згального рівня компетентності працівників в середньому на 5%.

На основі даних про наявний середній рівень компетентності працівників ЗАО «Технологічний парк «Інститут Монокристалів» та ДП «Завод хімреактивів» створено еталонну модель компетенцій новатора (рис. 4).

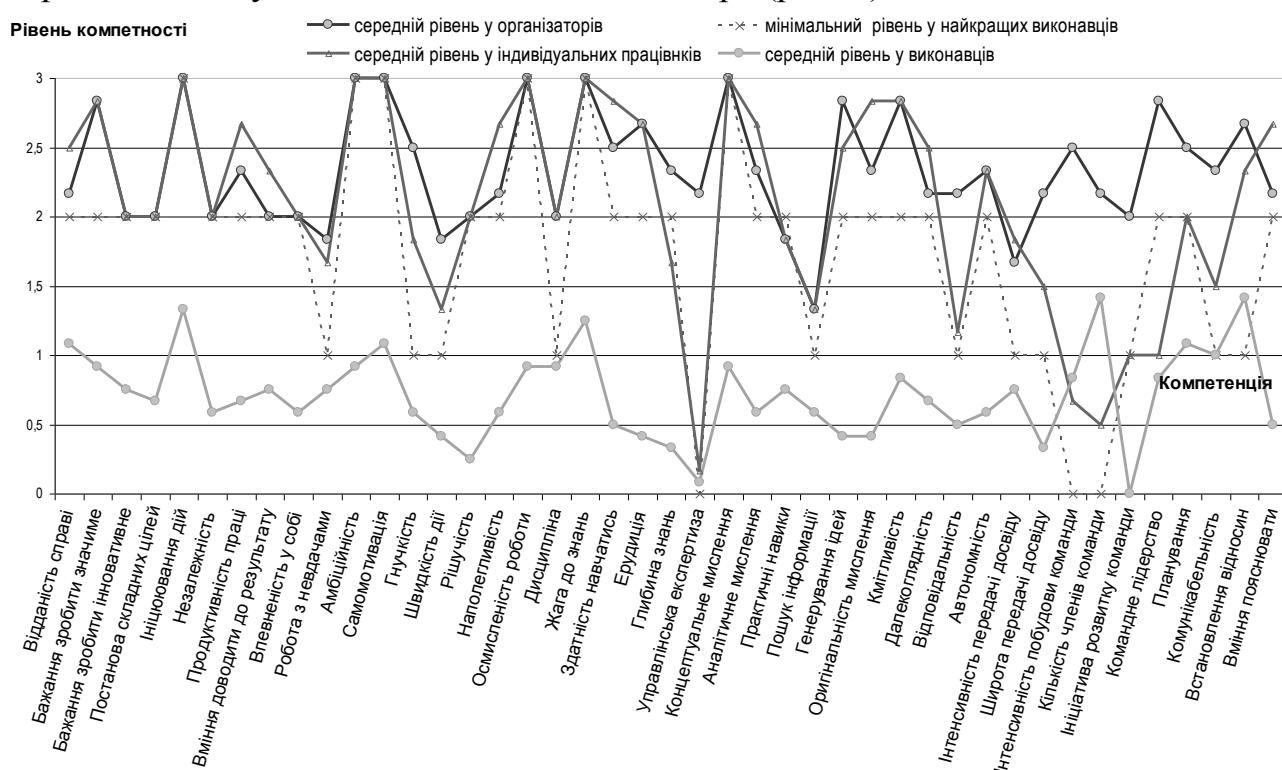


Рис. 4. Рівень компетентності трьох типів новаторів на досліджуваних підприємствах

Сформовано етапи та напрямки мотивації креативності новаторів. Створено типовий мотиваційний профіль новатора (рис. 5):

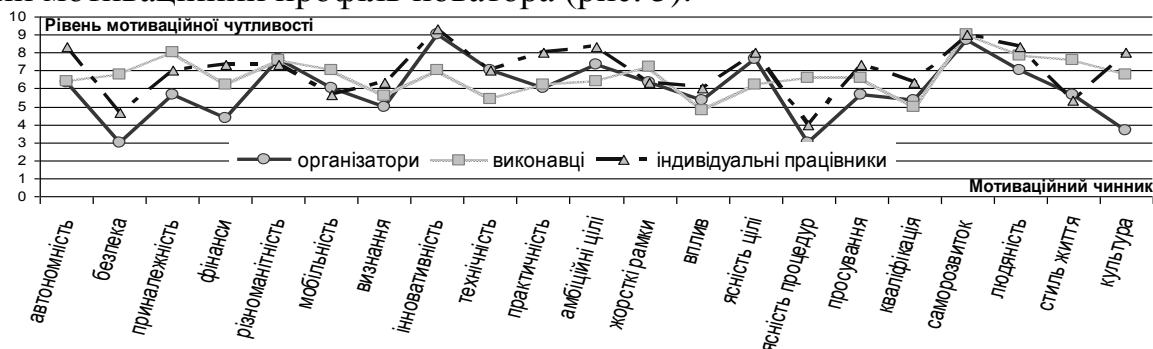


Рис. 5. Середні рівні мотиваційної чутливості трьох типів новаторів

У дисертації підтверджено економічну ефективність впровадження підходу до зовнішньої мотивації креативності новаторів: показник задоволеності працівників за результатами опитування на ЗАО «Технологічний парк «Інститут Монокристалів» після впровадження і використання індивідуальних мотиваційних профілів протягом 1 року збільшився в середньому на 7% за кожним мотиваційним фактором. Отримано також позитивний ефект від впровадженої методики зовнішньої мотивації новаторів за рахунок зменшення плинності кадрів на зазначених підприємствах.

Необхідною базою для прийняття обґрунтованих управлінських рішень в сфері мотивації креативності новаторів в умовах інформатизації економіки є її інформаційне забезпечення (ІЗ). В роботі доведено, що ІЗ, яке застосовується в практиці управління персоналом підприємства, спрямоване на автоматизацію обліково-розрахункових операцій, а не на аналітичні функції та має суттєві недоліки щодо врахування взаємозв'язку між компетентністю, мотивацією та результативністю праці новаторів. Для усунення цих недоліків у дисертації обґрунтовано доцільність застосування технологій зберігання і аналізу корпоративних даних: сховища даних; оперативна аналітична обробка даних; інтелектуальний аналіз даних. Сформовано структуру ІЗ управління оцінкою, мотивацією та розвитком креативності новаторів (система; функції; ресурси та методи управління). Розроблено логіку потоків даних в рамках управління мотивацією креативності новаторів. Розроблено архітектуру сховища даних. Запропоновано напрямки аналізу функціонально-логічних закономірностей мотивації креативності новаторів. Наведено алгоритм організації запитів до створеного сховища даних.

Розроблена структура ІЗ дає можливості зберігання і систематизації великої кількості даних щодо компетентності та мотивів працівника; мінімізації помилок аналізу даних; збільшення точності математичних моделей за рахунок накопичення нових спостережень; заохочення менеджерів по персоналу використовувати запропонований методичний підхід.

Показники якості бізнес-процесів після розвитку структури ІЗ на ЗАО «Технологічний парк «Інститут Монокристалів» свідчать про підвищення ефективності в середньому в чотири рази за показниками економії часу, кількості помилок та кількості задіяного персоналу для підбору, оцінки, мотивації та розвитку креативності новаторів.

У зв'язку з процесами глобалізації світового ринку праці новаторів та зростанням необхідності об'єднання зусиль працівників різних країн поглиблюється доцільність розробки методичних підходів щодо мотивації новаторів до міжнародної співпраці.

Сформовано підхід до функціонування міжнародного колективу новаторів з точки зору його вихідних ресурсів, принципів, передумов, а також кінцевого результату. Доведено необхідність формування напрямків підвищення ефективності функціонування міжнародного колективу новаторів. Встановлено, що для підвищення ефективності функціонування міжнародного новаторського колективу необхідно виявити відмінності в мотивації та підході до роботи новаторів різних країн. Визначення особливостей мотивації українських та французьких новаторів дозволило виявити їх відмінності, наведені на рис. 6.

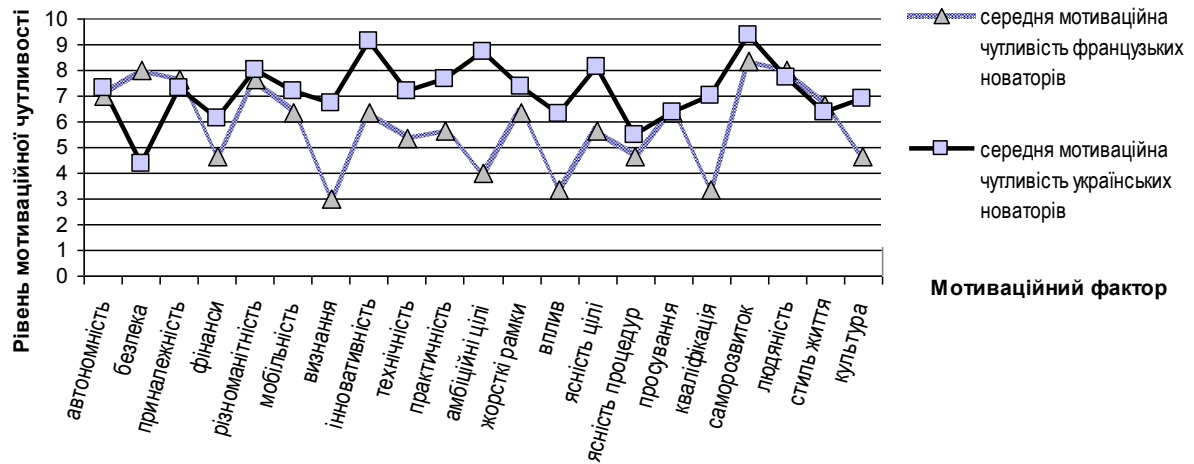


Рис. 6. Мотиваційна чутливість українських та французьких новаторів

У табл. 4 надано особливості підходу до роботи українських та французьких новаторів за шістьма кластерами компетенцій. Ці особливості дозволяють визначити внутрішню мотивацію креативності новаторів різних країн.

Таблиця 4

Особливості компетентності новаторів України та Франції

Компетенції	Особливості компетентності новаторів	
	В Україні	У Франції
Менеджерські компетенції	відсутність пунктуальності, відчуття часу та навичок довгострокового планування; схильність відкладати на потім та вирішувати проблеми по мірі їх виникнення;	субординація співробітників; довгострокове планування
Орієнтація на досягнення	схильність не розділяти роботу та дозволя	схильність розділяти роботу та дозволя
Особиста ефективність	висока самостійність у вирішенні завдань; впевненість у собі і наполегливість	нерішучість; продуктивність; важке прийняття ризиків
Креативні компетенції	винахідливість; відсутність страху зробити помилку	раціоналізм, послідовність у вирішенні творчих завдань
Когнітивні компетенції	хороша підготовка, знання; неприйняття нових методів	готовність навчатися
Комунікативні компетенції	роз'єднаність колективу при виникненні проблем	консолідація при виникненні проблем; дотримання емоційної дистанції від колег

Виявлені особливості мотивації креативності новаторів є підґрунтям для розробки науково обґрунтованих рекомендації щодо визначення основних напрямків мотивації новаторів до міжнародної співпраці на мікроекономічному й макроекономічному рівнях та щодо раціональності залучення типів новаторів до виконання завдань міжнародного інноваційного співробітництва.

У роботі запропоновано формулу розрахунку матеріальної винагороди новаторів, що враховує особистий вклад працівника у створення нововведення, якість і прибутковість проекту на момент надання винагороди:

$$B_i = \alpha_i \cdot q_i \cdot \Pi_{\Sigma}, \quad \alpha_i = K_{OB} \cdot K_{СТР} \cdot K_{ПЕ} \cdot K_{ВВ}, \quad (6)$$

де B_i – величина винагороди новатора від створення i -го нововведення, грн; α_i – частка працівника від прибутку від створення нововведення (залежно від участі працівника у створенні винаходу та від частки реінвестування прибутку підприємства); q_i – коефіцієнт значущості нововведення (визначається за методикою Н. В. Линніка, адекватною задачам дослідження, шляхом перемноження коефіцієнтів обсягу

використання $[1 \div 5,5]$, складності $[1 \div 6,25]$, досягнутого позитивного ефекту використання $[1;5]$ та вагомих відмінностей винаходу $[1,25 \div 4]$; P_{Σ} – прибуток від продажу винаходу на момент розрахунку, грн).

Після застосування розроблених пропозицій з визначення величини винагороди новаторів за кінцевими результатами протягом року на ЗАО «Технологічний парк «Інститут Монокристалів», рівень задоволеності працівників зріс на 30%.

В результаті експертного оцінювання отримано дані про рівень компетентності новаторів, необхідних для виконання завдань міжнародної співпраці (табл. 5):

Таблиця 5

Компетенції, необхідні для міжнародної співпраці новаторів

Мета співпраці	Необхідні компетенції персоналу
1. Спілкування зі споживачами та постачальниками, для «абсорбування» їх потреб та генерування нових ідей	Аналітичне мислення, генерування нових ідей, комунікабельність, здатність навчатися, жага до знань, кмітливість, побудова відносин, пошук інформації, професійна експертиза
2. Обмін знаннями та досвідом з партнерами у пошуку нових тенденцій і технологій	Вміння пояснювати, далекоглядність, ерудиція, жага до знань, здатність навчатися, комунікабельність, концептуальне мислення, передача досвіду, побудова відносин, пошук інформації, експертиза
3. Спілкування з потенційними інвесторами для залучення додаткового капіталу	Віра в себе, гнучкість, далекоглядність, вміння доводити до результату, ініціювання дії, командне лідерство, комунікабельність, побудова відносин, постановка складних цілей, пошук інформації
4. Отримання нових знань для реорганізації діяльності відповідно до зарубіжних інноваційних платформ	Дисциплінованість, здатність навчатися, жага до знань, пошук інформації, професійна експертиза

Дані табл. 5 свідчать про те, що для виконання основних завдань міжнародної співпраці новаторів слід рекомендувати працівників із певним набором компетенцій. Найбільш високий рівень компетенцій, важливих для спілкування зі споживачами та постачальниками, демонструють працівники типу «індивідуальний працівник»; для спілкування з потенційними інвесторами – працівники типу «організатор»; для реорганізації діяльності – новатори всіх трьох типів. В результаті проведених досліджень було встановлено відповідність типів новаторів виконанню основних завдань міжнародної співпраці за рівнем їх компетентності (рис. 7).

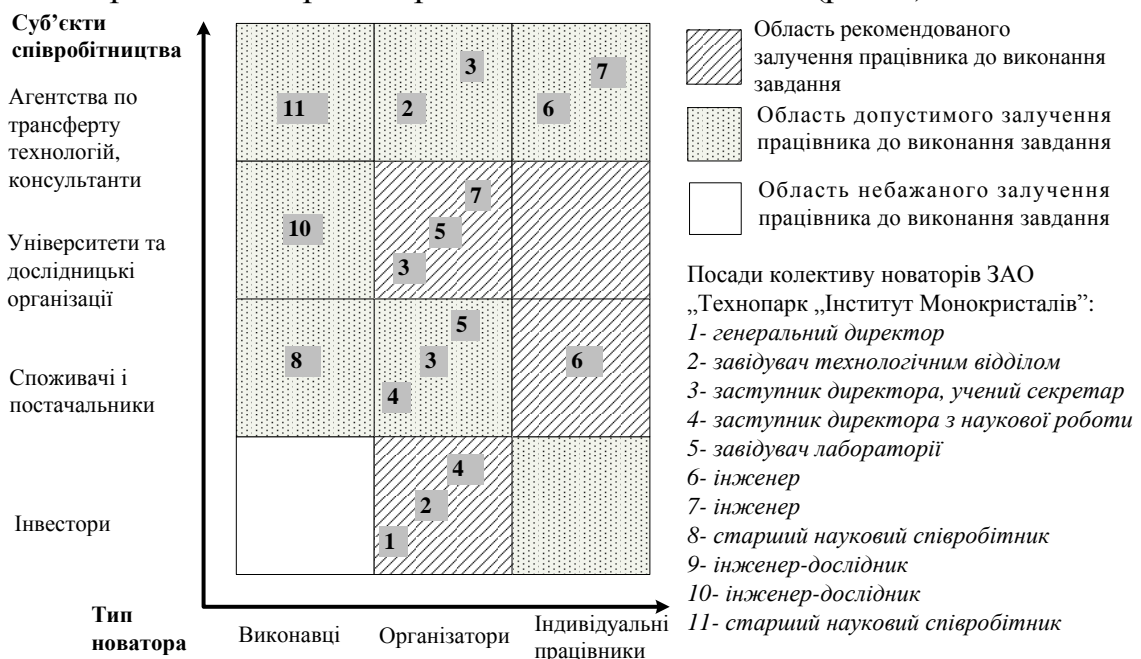


Рис. 7. Раціональність залучення типів новаторів до міжнародної співпраці

У відповідності з розробленими пропозиціями доцільно визначати раціональність залучення того чи іншого типу новатора до виконання основних завдань міжнародної інноваційної співпраці, і, таким чином, знизити ризики та підвищити її ефективність.

За проведеною оцінкою експертів при реалізації запропонованого підходу протягом 1 року на ЗАО «Технологічний парк «Інститут Монокристалів» рівень помилок в процесі ухвалення рішень щодо раціональності залучення працівників до міжнародної інноваційної співпраці зменшився на 20%.

ВИСНОВКИ

У дисертації вирішено актуальне науково-практичне завдання з розвитку теоретичних положень мотивації креативності новаторів та розробки методичного забезпечення її підвищення на вітчизняних промислових підприємствах. Основні висновки та результати, отримані в ході дослідження, полягають у такому.

1. Проаналізовано трактування та взаємозв'язок категорій «новатор», «нововведення», «креативність», «інноваційний процес», «мотивація». Виявлено протиріччя в розумінні співвідношення креативності, мотивації та результативного трудового процесу. Доведено, що термін «креативність» розглядається без взаємозв'язку з інноваційним процесом. Запропоновано поняття креативності як внутрішньо мотивованого процесу створення і застосування якісно нових об'єктів, що мають споживчу цінність. Розглянуто існуючі теорії мотивації. Виявлено відмінності мотивації креативності від загальної трудової мотивації і зроблено висновок про те, що мотивація креативності новаторів не підлягає загальній трудовій мотивації та потребує розробки специфічного теоретико-методичного забезпечення. Встановлено вплив внутрішньої мотивації на рівень креативності новаторів та обґрунтовано доцільність застосування аналізу компетентності для її оцінки. Запропоновано та обґрунтовано поняття «компетенції новаторів», що розглядається як знання, вміння, навички, мотиви та психофізичні властивості людини, що забезпечують її бажання та здатність до створення якісно нових об'єктів.

2. Доведено гіпотезу про наявність причинно-наслідкового зв'язку між рівнем компетентності, мотивацією креативності та результативністю праці новаторів. Уточнено базові поняття та концептуальні положення, використання яких вирішує проблеми мотивації креативності новаторів. Їх відмінність від існуючих полягає в урахуванні рівня самомотивації працівника як основного фактора креативності і передбачає застосування аналізу глибинних компетенцій для визначення рівня внутрішньої мотивації як критерію доцільності зовнішнього стимулювання працівників. Інтерес до роботи та її новаторський характер розглянуто як головний чинник самомотивації новаторів, виділення типу новатора – як засіб підвищення його самомотивації. Зазначені положення визнають необхідність підбору методів стимулювання новаторів на основі створення індивідуального мотиваційного профілю, а також визнають рівень компетентності працівника та результативність його праці критеріями ефективності мотивації.

3. Діагностовано попит та пропозицію, якість робочої сили, організацію та винагороду праці, відтворення трудового потенціалу, мобільність на ринку праці новаторів в Україні та за кордоном. Виявлено, що кількість та професійні якості

новаторів у вітчизняній промисловості не відповідають ринковим потребам. Запропоновано шляхи вирішення проблем низького рівня розвитку ринку праці новаторів в Україні шляхом мотивації їх креативності. Здійснено порівняльний аналіз підходів до методів оцінки, мотивації та розвитку креативності новаторів. Доведено актуальність створення методичного забезпечення, яке б здійснювало взаємозв'язок процесів оцінки, мотивації та розвитку креативності новаторів підприємства.

4. Обґрунтовано доцільність розробки інструментарію оцінки внутрішньої мотивації креативності новаторів. Сформовано репрезентативну вибірку та визначено методи отримання даних про ключові компетенції новаторів. Статистично підтверджено необхідність диференційованого підходу до мотивації креативності новаторів. Розроблено класифікацію новаторів у промисловості за рівнем їх компетентності (організатори, індивідуальні працівники, виконавці), виявлено їх відмінності.

5. Розроблено модель компетенцій новаторів, що включає 6 кластерів компетенцій («менеджерські», «креативні», «комунікативні», «когнітивні», «особиста ефективність», «орієнтація на досягнення»), а також шкали їх оцінки та поведінкові приклади. Сформовано систему показників для розрахунку інтегрального таксономічного показника компетентності новаторів.

6. Виділено методи отримання даних та виявлено ключові зовнішні мотиви креативності новаторів. Запропоновано процедуру вибору напрямків зовнішньої мотивації креативності новаторів на основі розрахунку рангу мотивів новатора за його мотиваційною чутливістю та рівнем задоволеності.

7. Розроблено методичний підхід до мотивації креативності новаторів, який включає етапи та методи оцінки компетентності новаторів. Створено еталонну модель компетенцій новатора. Знайдено регресійну функцію залежності кількості патентів від рівня компетентності новатора. Вирішено завдання класифікації та віднесення працівника до одного з трьох виявлених типів новаторів на основі аналізу їх компетентності. Перевірено дискримінуючу здатність та валідність класифікаційних функцій. Сформовано етапи та методи розвитку компетентності новаторів. Апробовано та обґрунтовано ефективність розробки програм розвитку компетентності. Сформовано етапи та методи мотивації креативності новаторів. Створено типовий мотиваційний профіль новатора. Протестовно та підтверджено економічну ефективність впровадження підходу до зовнішньої мотивації креативності новаторів. Доведено, що запропонований методичний підхід до мотивації вирішує проблеми мотивації креативності новаторів у промисловості.

8. Удосконалено структуру інформаційного забезпечення управління мотивацією креативності новаторів на основі взаємозв'язку між необхідними та наявними компетенціями новаторів, їх мотиваційною чутливістю, рівнем задоволеності, результативністю праці. Розроблено логіку потоків даних в рамках управління мотивацією креативності новаторів та архітектуру сховища даних. Запропоновано напрямки аналізу функціонально-логічних закономірностей мотивації креативності новаторів. Наведено алгоритм організації запитів до створеного сховища даних. Підтверджено зростання ефективності бізнес-процесів підприємства у зв'язку із впровадженням підходів до інформаційного забезпечення управління мотивацією креативності новаторів.

9. Розвинуто методичний підхід до підвищення мотивації новаторів щодо

міжнародної співпраці. Сформовано підхід до функціонування міжнародного колективу новаторів як системи. Здійснено порівняльний аналіз відмінностей в мотивації новаторів різних країн. Сформовано напрямки мотивації новаторів до міжнародної співпраці. Розроблено формулу розрахунку матеріальної винагороди новаторів. Здійснено порівняльний аналіз відмінностей в компетентності та організації праці новаторів різних країн. Визначено раціональність залучення запропонованих типів новаторів до різних завдань співпраці на основі аналізу їх компетентності. Отримано позитивний ефект від впровадження напрямків підвищення мотивації новаторів до міжнародної інноваційної співпраці.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ АВТОРОМ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Статті у наукових фахових виданнях:

1. Резнікова Т. О. Теоретичні проблеми мотивації персоналу підприємства до створення інновацій / Т. О. Резнікова, О. І. Бардадим // Економіка розвитку – 2008. – №2 (47). – С. 76-79. *Особистий внесок автора:* виявлено особливості та проблеми мотивації новаторів.
2. Бардадим О. І. Роль спадковості та середовища в мотивації креативності персоналу / О. І. Бардадим // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – №2 (92). – С. 123-128.
3. Бардадим О. І. Класифікація новаторів на основі аналізу їх компетенцій / О. І. Бардадим // Економіст. – 2009. – №9. – С.45-48.
4. Бардадим О. І. Методическое обеспечение мотивации инновационно активного персонала предприятия / О. И. Бардадим // Бізнес Інформ.– 2010. – №3 (2). – С. 87-97.
5. Бардадим О. І. Концепція стимулювання креативності персоналу підприємства на основі аналізу його компетенцій / О. І. Бардадим // Економіка та держава. – 2010. – № 6. – С. 70-73.
6. Бардадим О. І. Автоматизація процесу управління мотивацією інноваційно активного персоналу / О. І. Бардадим // Економіка розвитку. – 2010. – №18. – С.89-93.
7. Резнікова Т. О. Напрямки підвищення мотивації новаторів до міжнародної співпраці / Т.О. Резнікова, О. І. Бардадим // Проблеми економіки. – 2011. – №3. – С. 9-14. *Особистий внесок автора:* запропоновано напрямки мотивації новаторів до міжнародної співпраці.

Тези конференцій:

8. Бардадим О. І. Виявлення особливостей мотивації новаторської праці персоналу / О. І. Бардадим // Матеріали міжнародної науково-практичної конференції „Інтеграційні процеси в економіці України” (11-12 квітня 2008 р., м. Харків,) // Управління розвитком. – Харків : Вид. ХНЕУ, 2008. – №9. – С. 24-26.
9. Бардадим О. І. Передумови перетворення мотивації до інновацій в потреби бізнесу / О. І. Бардадим // Матеріали VIII міжнародної науково-практичної конференції „Транснаціоналізація міжнародної економіки та пошук шляхів інноваційної співпраці” (15 квітня 2008 р., м. Київ). – К.: УДУФМТ, 2008. – С. 246-248.
10. Резнікова Т. О. Аналіз мотиваційної чутливості новаторського персоналу підприємства / Т. О. Резнікова, О. І. Бардадим // Матеріали IV Міжнародній науково-практичній конференції „Соціально-гуманітарні проблеми менеджменту” (23 жовтня 2009 р., м. Донецьк). – Донецьк : Східний видавничий дім, 2009. – С. 424-427.

Особистий внесок автора: створено типовий мотиваційний профіль новатора.

11. Бардадым О. И. Построение и использование дискриминантной функции классификации новаторов // О. И. Бардадым / Материалы международной научно-практической конференции „Актуальные проблемы экономики, менеджмента, маркетинга” (17-19 ноября 2009 г., г. Белгород). – Белгород : БелГУ, 2009. – Ч.1. – С.29-33.
12. Бардадим О. І. Мотивація праці новаторів України та Франції: між-культурні відмінності / О. І. Бардадим // Тези доповідей міжнародної конференції молодих вчених та студентів „Інноваційні процеси економічного розвитку: вітчизняний та зарубіжний досвід” (25 березня 2010 р., м. Тернопіль). – Тернопіль: ТНЕУ, 2010. – С. 115-118.
13. Бардадим О. І. Аналіз стану міжнародного інноваційного співробітництва промислових підприємств України / О. І. Бардадим // Materialy 7 Miedzynarodowej naukowo-praktycznej konferencji «Perspektywiczne opracowania sa nauka i technikami – 2011” (7-15 листопада 2011 р., Przemysl). – Przemysl : Nauka i studia, 2011. – С. 39-44.
14. Бардадим О. І. Оцінка ефективності мотивації креативності новаторів / О. І. Бардадим // Матеріали VII Міжнародної науково-практичної конференції «Актуальні проблеми економіки, менеджменту, маркетингу» (10 - 11 лютого, 2012 р., м. Львів,). – Львів : Львівська економічна фундація, 2012. – Ч.1. – С.100-102.

Інші публікації:

15. Бардадым О. И. Модель новаторских компетенций персонала инновационно активного предприятия / О. И. Бардадым // Проблемы теории и практики управления. – 2009. – №12. – С. 58-64.

АНОТАЦІЯ

Бардадим О.І. Мотивація креативності новаторів у промисловості. – **Рукопис.** Дисертація на здобуття ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.07 – демографія, економіка праці, соціальна економіка і політика». – Харківський національний економічний університет, Харків, 2012.

Дисертація містить результати теоретичних і практичних досліджень актуальних аспектів мотивації креативності новаторів у промисловості. В результаті проведених досліджень запропоновано концептуальні положення мотивації креативності новаторів на базі аналізу їх компетентності, що враховують ключову роль внутрішньої мотивації. Здійснено аналіз стану ринку праці новаторів в Україні й закордоном та узагальнено існуючі методи мотивації креативності новаторів. Удосконалено класифікацію новаторів з виділенням нового критерію – рівня їх компетентності. Створено інструмент практичної їх оцінки – модель компетенцій, що включає 6 кластерів компетенцій, а також шкали їх оцінювання. Розвинуто процедуру вибору напрямків зовнішньої мотивації креативності новаторів на основі виявлення рівня задоволеності та мотиваційної чутливості працівників до виділених базових мотивів. Розроблено методичний підхід до мотивації креативності новаторів, в рамках якого деталізовано етапи та методи мотивації креативності новаторів. Розроблено структуру інформаційного забезпечення управління мотивацією креативності новаторів. Сформовано методичний підхід щодо підвищення мотивації новаторів до міжнародної співпраці.

Ключові слова: мотивація креативності, новатор, компетенції, внутрішня

мотивація, модель компетенцій новаторів, зовнішня мотивація, мотиваційна чутливість.

АННОТАЦІЯ

Бардадым О. И. Мотивация креативности новаторов в промышленности. – Рукопись. Диссертация на соискание степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.07 – демография, экономика труда, социальная экономика и политика. – Харьковский национальный экономический университет, Харьков, 2012.

Диссертация содержит результаты теоретических и практических исследований актуальных аспектов процесса мотивации креативности новаторов в промышленности.

В результате анализа подходов к сущности мотивации креативности новаторов разработаны концептуальные положения мотивации креативности новаторов на базе анализа их компетентности, которые, в отличие от существующих, учитывают ключевую роль внутренней мотивации новаторов и наличие причинно-следственной связи между уровнем компетентности, мотивацией креативности и результативностью трудового процесса новаторов.

Данные концептуальные положения предусматривают применение анализа глубинных компетенций для определения уровня внутренней мотивации как критерия целесообразности последующего внешнего стимулирования. Определение интереса к работе и ее новаторского характера рассматривается в качестве главного фактора внутренней мотивации новаторов, а определение типа новатора – как средство ее повышения. Концептуальные положения предполагают необходимость выбора методов внешнего стимулирования новаторов на основе создания индивидуального мотивационного профиля, а также определяет уровень компетентности работника и результативность его труда в качестве критерия эффективности мотивации.

Осуществлен анализ рынка труда новаторов в Украине и зарубежом, обобщены существующие методы оценки, мотивации и развития креативности новаторов. Предложены направления преодоления несоответствия количества и профессиональных качеств новаторов рыночному спросу с помощью мотивации новаторов.

Ряд исследований, проведенных на инновационных предприятиях химической отрасли, составил основу формирования методического обеспечения мотивации креативности новаторов. Разработана классификация новаторов по новому критерию – уровню их компетентности, в соответствии с которой выделены новаторы-организаторы, индивидуальные работники и исполнители. Предложено понятие «компетенции новаторов», создан инструмент практической их оценки – модель компетенций, которая включает шесть кластеров компетенций («менеджерские», «креативные», «коммуникативные», «когнитивные», «личная эффективность», «ориентация на достижение»), а также шкалы их оценки и поведенческие примеры.

Разработана процедура выбора направлений внешней мотивации креативности новаторов на основе выявления уровня удовлетворенности и мотивационной чувствительности работников к выделенным базовым мотивам.

Предложена формула расчета ранга мотивов новатора на основе данных о его мотивационной чувствительности и степени удовлетворенности.

Разработан методический подход к мотивации креативности новаторов, в рамках которого детализированы этапы и методы оценки, развития внутренней и внешней мотивации креативности новаторов. Сформирована эталонная модель компетенций и типичный мотивационный профиль новатора, найдены валидные классификационные функции зависимости типа новатора от уровня его компетенций.

Разработана структура информационного обеспечения управления мотивацией креативности новаторов. Детализированная соответствующая система, функции, ресурсы и методы управления на основе хранилища данных с использованием технологии комплексного многомерного анализа данных. Разработана логика потоков данных в рамках управления мотивацией креативности новаторов. Разработана архитектура хранилища данных в виде сущностей. Предложены направления анализа функционально-логических закономерностей мотивации креативности новаторов. Приведен алгоритм организации запросов к созданному хранилищу данных.

Сформированы направления повышения мотивации новаторов к международному сотрудничеству за счет учета особенностей систем организации труда, компетенций и мотивации новаторов разных стран при привлечении работников к задачам сотрудничества на основе анализа их компетенций.

Ключевые слова: мотивация креативности, новатор, компетенции, внутренняя мотивация, модель компетенций новатора, внешняя мотивация, мотивационная чувствительность.

SUMMARY

Bardadym O.I. Motivation of innovators creativity in industry. – Manuscript. Ph.D. thesis, speciality 08.00.07 - demography, labor economics, social economics and policy. – Kharkiv National University of Economics, Kharkiv, 2012.

The thesis contains the results of theoretical and practical research of important aspects of the motivation process of innovators creativity in industry. Conceptual points of motivation of innovators creativity on the basis of analysis of their competences is offered in terms of creativity motivation of innovators, which, unlike existing, takes into account the key role of internal motivation of innovators. The analyses of Ukrainian and world innovators labor market is made and creativity motivation methods are investigated. Innovators typology depending on the level of their competences is developed. The practical instrument – the model of innovators competences is created, which includes 6 clusters of competences, scales and behavior examples for its estimation. The choice procedure of external motivation areas of innovators creativity are developed based on testing their satisfaction level and motivational sensitiveness to determined motivation factors. The methodical approach to creativity motivation of innovators is developed, which contains the details of about stages and methods of innovators creativity motivation. The structure of information support of the management of innovators creativity motivation is developed. The methodical approach for the increase of innovators motivation for international cooperation is formed.

Keywords: creativity motivation, innovator, competence, internal motivation, model of innovators competences, external motivation, motivational sensitiveness.

Бардадим Ольга Ігорівна

МОТИВАЦІЯ КРЕАТИВНОСТІ НОВАТОРІВ У ПРОМИСЛОВОСТІ

Спеціальність: 08.00.07 – «Демографія, економіка праці, соціальна економіка і політика»

АВТОРЕФЕРАТ

дисертації на здобуття наукового ступеня

кандидата економічних наук

Підписано до друку 10.05.2012 Формат 60x84 1/16.

Папір офсетний. Друк різнографічний.

Обсяг 0,9 ум. арк. Наклад 100 прим. Зам. № 111 .

Надруковано у центрі оперативної поліграфії ТОВ «Рейтинг»

Вул. Сумська, 37, м. Харків, 61022

Тел. (057) 700-53-51, 714-34-26, 771-00-92, 771-00-96