

УДК 33.1.101.2(476)=111

**ИННОВАЦИОННЫЙ ХАРАКТЕР И МОТИВАЦИЯ ТРУДОВОЙ АКТИВНОСТИ
В УСЛОВИЯХ «НОВОЙ ЭКОНОМИКИ»****И.А. СОБОЛЕНКО***(МИДО, Белорусский национальный университет, Минск);***Л.Ч. ДАВИДОВИЧ***(Полоцкий государственный университет)*

С позиций наноцентрической методологии рассматриваются морально-эмоциональные мотивы и стимулы, показаны их виды, выделена функция катализатора в инновационной экономике. Сделан вывод о недостаточном их использовании в практике управления. Мотивационные регуляторы поведения и деятельности обладают характерным свойством – их способен воспринимать не «усредненный» человек, а конкретный, существующий как личность. Только как личность человек способен отреагировать на мотивационно-стимулирующие сигналы. Личность (лат. persona) – понятие, используемое для отображения субъекта экономической (и иной) деятельности со всем набором его индивидуальных качеств и особенностей, раскрывающихся в процессах деятельности и в социальных отношениях. Такой ориентации требует новый, наноцентрический подход к регулированию экономики.

Ключевые слова: инновационный труд, мотивация труда, моральная и эмоциональная мотивация, катализатор инноваций.

Личностный методологический подход (его, думается, можно называть наноцентрическим) к проблемам мотивационно-стимулирующей регуляции заставляет обратить внимание на мотивы и стимулы особого, морально-эмоционального характера, и подтверждением тому есть три веских основания.

Первое состоит в следующем. Нельзя видеть в человеке-личности только одни его материальные потребности и интересы. Потребности человека нельзя сводить лишь к сумме его внешних требований, стремлению к материальным благам. Обратим внимание на значимый труд Эриха Фромма (1900–1980) «Психоанализ и религия. Искусство любить. Иметь или быть?» [1]. В этой книге Э. Фромм исследует две альтернативы человека:

- 1) ориентацию на то, чтобы иметь (обладать большим количеством благ);
- 2) ориентацию на то, чтобы быть (как можно больше развить и реализовать свою личность).

При этом автор с особой значимостью выделяет ориентацию на бытие, когда человек не имеет ничего особенного, но счастлив тем, что продуктивно использует свои способности, реализуя свою личность. Такая удовлетворенность человека, не проистекающая из материальных потребностей «иметь», относится к морально-эмоциональной стороне личности. Без этой составляющей (или без учета ее) человек – как бы неполный человек, обделенная, ущербная личность, не способная ни проявить все свои стороны и задатки, ни прочувствовать полноту человеческого счастья [2].

Второе основание заключается в ограниченности материальных, денежных воздействий на человека как личность, следовательно, в ограниченной, а отнюдь не бесконечной силе денежной мотивационно-стимулирующей регуляции.

Третье основание состоит в особом характере инновационного труда. Его кратко сформулировал известный специалист по менеджменту Питер Друкер, сказав: инновация есть тяжкий труд.

Основные *особенности* инновационного труда, на наш взгляд, состоят в следующем:

- умение видеть, формулировать и анализировать проблемы, требующие нестандартных, инновационных решений;
- гибкость мышления и подхода к делу, способность переключаться, адаптироваться, быть независимым от обстоятельств;
- умение видеть перспективу, просчитывать результаты инновационных действий;
- необходимость отказа от привычных методов и приемов труда;
- необходимость обучения или переобучения новым специальностям или новым методам осуществления инновационных трудовых функций;
- высокая неопределенность результата инновационной деятельности и обусловленная этим высокая степень риска разного рода;
- высокая степень материального и морального интереса к делу, глубокая заинтересованность в обновлении и развитии.

Не видеть этих особенностей или игнорировать их – значит потерять широкое поле мотивов и стимулов в арсенале управления, в частности морально-эмоциональных, особенно важных в современной экономической сфере. Мораль (лат. moralis – нравственный) – важнейшая составляющая социума и

его культуры, особый тип регуляции поведения и взаимодействия людей, который проявляется совокупностью норм и правил поведения, принятых в социуме.

Исходя из структуры мораль – это сложное образование. Разные авторы видят структуру морали по-разному. Но если выделить основные ее элементы, то таковыми можно назвать: моральные принципы, моральные традиции, ценностные ориентиры, идеалы, совесть, честь и т.п. Воспитанный в духе морали человек приобретает важнейшие моральные качества – честность, доброжелательность, справедливость, уважительность и др.

Рассмотрение морали предпочтительно вести на двух уровнях: общественном и личном. Хотя они взаимосвязаны, но может быть и так, что в моральном обществе живут аморальные личности. Общество представляет большую совокупность людей, поэтому аморальность здесь чревата не только малыми, но и большими конфликтами.

Не может не быть моральной и такая важнейшая часть социума, как экономика. Однако стать нравственной экономике бывает не просто, ибо этот особый организм функционирует, прежде всего, по своим, экономическим законам. И только общечеловеческая нравственность порой способна обуздать их упорный характер, снять или ослабить основные фиаско рынка [3, с. 32–35].

Однако это не всегда удается. Тогда несоответствие экономики принципам нравственности может иметь несколько степеней и форм проявления:

- социальное беспокойство;
- неудовлетворенность;
- напряженность;
- конфликтность.

Дискомфортное состояние экономики и общества может иметь и другую направленность. Если экономика развивается прогрессивно, то тормозом на этом пути может стать нравственное состояние общества. Это произойдет в ситуации, например, сильной коррупционности в системе управления и т.п.

Становление «новой», инновационной экономики актуализирует рассматриваемую проблему. В этой экономике, где человек с его уникальными креативно-инновационными способностями становится главным фактором производства и от его личностных качеств и состояния зависит успех экономического развития, многогранность и эффективность мотивации труда такого человека превращается в важнейшую проблему [4]. Если же она решается недостаточно и неумело, то в быстро глобализирующейся экономике это обернется «утечкой мозгов» или умелых рук из данной страны.

Особенности инновационного труда – специфичность, сложность, высокая рискованность, непредсказуемость результата и расплывчатость по времени (такой труд выходит обычно за рамки рабочего времени) непременно требует моральной поддержки и поощрения. А если этого нет, такие работники могут стать пассивными, бездеятельными или покинуть своего работодателя. Исследования американских специалистов показывают, что больше половины (65%) респондентов главной причиной своего ухода называют такую: «Я чувствую, что компания меня не ценит» [5, с. 179].

Формирование инновационной экономики с новой ролью в ней человека возвышает значимость такой мотивации, как *морально-эмоциональная*. Эмоции (лат. *emovere* – волновать, возбуждать) представляют собой особую форму проявления чувств человека. Эмоция есть переживание того или иного чувства, форма повышенного волнения в конкретной ситуации. В сфере экономической деятельности такими эмоциями, на наш взгляд, могут быть:

- радость, удовлетворенность от качества сделанного;
- переживания, подъем в связи с одобрением руководства;
- волнения в связи с одобрением или неодобрением профессионалов данного дела;
- симпатии или антипатии коллег;
- гордость за свой успех;
- гордость за успехи своего коллектива.

Иными словами, это особая, эмоциональная форма проявления морально-нравственных норм и оценок.

Для человека интеллектуально-инновационного труда, который часто сложно измерить и оценить, эмоциональная составляющая мотивации имеет особое значение. Одним из основных видов эмоциональной мотивации является *гордость*. Однако надо признать, что в экономической теории и в важнейшем (но слабо развитом) ее разделе – трудологии – мотивация гордостью вообще не рассматривается. Гордость – чувство самоуважения, собственного достоинства, связанное с удовлетворенностью от хорошо сделанного и признанного результата. Однако к такому общепринятому определению следует добавить важный элемент, а именно гордость – это вдохновляющее, поощряющее чувство. Без этого гордость способна трансформироваться в гордыню, то есть по сути принять противоположное явление.

Как вдохновляющая эмоция именно гордость представляет интерес для экономики, в частности для мотивации. Здесь гордость двояка: она не только следствие как чувство особой самоудовлетворен-

ности каким-то достижением, но еще, пожалуй, важнее – причина, способность воодушевить, вдохновить, стать основанием нового будущего результата.

Классификацию гордости, испытываемой в сфере экономической деятельности, можно провести, опираясь на особенность труда, обеспечивавшего трудовую гордость. Представляется, что ее можно представить в трех основных видах: *во-первых*, это гордость «мастера своего дела», профессионала. Такому человеку доверяют и поручают наиболее ответственные и тонкие работы, с ним консультируются, у него учатся, его окружают вниманием, что и вызывает чувство гордости; *во-вторых*, можно выделить гордость «умельца на все руки». Такой человек, что называется, нарасхват, поскольку умеет многое сделать и способен помочь во многом, чем он, естественно, может гордиться; *в-третьих*, следует отличать креативную, творческую гордость. Она обусловлена редким качеством человека – его способностью создавать то, чего до этого не было, чего другие не знают. А поскольку креативные достижения особенно трудны и сложны, требуют не только огромного напряжения сил, но и преодоления многих препятствий, этот вид гордости особенно богат эмоциональными красками и мотивационной силой.

Еще одно различие видов гордости предложено Йоном Катценбахом. Автор обращает внимание на два вида гордости, которые он называет: *эгоцентричная гордость* и *созидательная гордость*. Характеризуя их, автор отмечает: «эгоцентричная гордость питается исключительно финансовыми соображениями: чем больше денег можно заработать, накопить и продемонстрировать, тем лучше. Носители эгоцентричной гордости сосредоточены на том, что принесет им больше всего денег [5, с. 28]. «Созидательная гордость питает внутренние чувства принципиального самоуважения, причастности к группе уважаемых людей, удовлетворения от личного развития» [6, с. 37].

Эгоцентричная гордость, опирающаяся на деньги, связана с прямыми жизненными потребностями людей. Но когда это выходит за пределы жизненных потребностей, когда, отрываясь от потребностей, накопление денег (богатства) становится средством возвысить важность своей персоны, открывается негативная сторона эгоцентричной гордости. Более того, сами денежные мотивы имеют ограничения своей силы. Скажем, широко известно, что когда компания не может платить своим сотрудникам больше или даже столько же, сколько платят конкуренты, то многие уходят к другим нанимателям. Это делает деньги и эгоцентричную гордость ограниченным и неустойчивым стимулом, обладающим негативными сторонами.

Гораздо большую силу и устойчивость обнаруживает *другая, созидательная гордость*, в основе которой – сама работа, интерес к ней, ее возможности, качество, профессиональное развитие, результаты, взаимодействия с коллегами.

Качество труда – элемент любого дела, но особенно важен он в инновационной экономике. *Достижение высокого качества* (наиболее высокого для своего предприятия, для отрасли, для макроэкономики, или вообще нового, непревзойденного) служит сильным источником для внутренней гордости. Причем этот мотив доступен многим. А в условиях формирования инновационной экономики Беларуси он неопределимо важен для ее успеха [7].

Источником внутренней гордости может быть и *характер работы*, особенно содержательной, творческой. Согласно публикации в журнале Business Week, руководство известной компании Sony создало из творческих инженеров группу, которую назвали «командой мечты». Мечта этой команды заключалась в создании уникального продукта – новой инженерной рабочей станции вместо порученного ей офисного компьютера. Мечта вызвала невероятный энтузиазм, стала сильнейшей мотивацией. Результатом было то, что «инженерная рабочая станция» была готова менее чем за два года и явилась одним из наиболее успешных продуктов компьютерной отрасли Японии [8].

Однако в реальности эмоциональная мотивация используется неоправданно редко, а порой неумело. Находить людей, испытывающих гордость и радость как мотив своих усилий и успехов, выделять их, вознаграждать, возвышать, поддерживать, делать примером для подражания – важнейшие задачи менеджмента на любом предприятии и на высшем уровне управления, ибо этот мотив обладает фантастической силой, и лишаться его недопустимо.

Важно подчеркнуть, что использование поощрительной силы гордости особенно результативно в сложных ситуациях и трудных периодах развития – эмоциональная энергия людей, рождаемая чувством *гордости, связанным с преодолением трудностей*, имеет огромную силу воздействия.

Наиболее известные крупные мировые компании путем «набивания шишек» осваивали методы такой мотивации. Так General Motors Corporation – лидер в своей области более семидесяти пяти лет – нашла немало интересных подходов и методов, создающих мотив гордости. Огромная компания с 355 000 работниками и глобальной разветвленностью своей сети придавала особое значение мотивам эмоциональной приверженности своих сотрудников. Менеджеры не упускали возможности показать и подчеркнуть любой успех, выделить людей, создавших его, вниманием, признанием и наградой. Притом менеджеры научились не ждать окончательного грандиозного успеха, а находить и отмечать его по ходу работы. Такой подход назван «*празднованием подъема по ступенькам*».

Авторы других работ доказывают, что *признание* – важнейший эмоциональный мотив и оно должно рассматриваться не как случайность, а как сильный *катализатор* заинтересованности и успехов, особенно при сложной, трудной работе [9, с. 188–191]. Следует подчеркнуть, что это особенно важно при формировании инновационной экономики, имеющей в своей основе много препятствий, рисков и неопределенностей.

Заключение. В современной экономике важно видеть истоки, уметь использовать мотивационную силу морали и эмоций, в частности, гордости своим делом, предприятием и его достижениями, успехами своей страны. Это означает сильнейшее пополнение арсенала мотивационно-стимулирующей системы. Его нельзя упускать, особенно в экономике Республики Беларусь, где возможности экономического, денежного стимулирования пока еще ограничены.

ЛИТЕРАТУРА

1. Фромм, Э. Психоанализ и религия / Э. Фромм. – М., 2005.
2. Лутохина, Э.А. Морально-эмоциональная мотивация в инновационной экономике / Э.А. Лутохина // Проблемы управления. – 2010. – № 3(36).
3. Виноградов, В.А. Новая экономика / В.А. Виноградов. – М., 2005.
4. Лутохина, Э.А. Креативная трудология (начала инноватики) / Э.А. Лутохина. – Минск, 2008.
5. Майклз, Э. Война за таланты / Э. Майклз, Х. Хэндфилд, Э. Экселрод; пер с англ. – М., 2005.
6. Катценбах, Й. Почему гордость важнее денег / Й. Катценбах; пер. с англ. – М., 2007.
7. Gore, V. Adjustment of Corporate Strategy of a Manufacturing Company under Strategic Unexpectedness / V. Gore, V. Kozlovski // The Advanced Science Journal CA USA. – 2014. – P. 83–92 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.advancedscience.org>.
8. Гостик, Э. Принцип морковки: пер. с англ. / Э. Гостик, Ч. Элтон. – М., 2008.
9. Лутохина, Э.А. Типология труда в Новой экономике: конец труда или его начало / Э.А. Лутохина. – Минск, 2010.

Поступила 10.02.2016

INNOVATIVE CHARACTER AND MOTIVATION OF LABOUR ACTIVITY IN THE CONDITIONS OF “NEW ECONOMY”

I. SOBOLENKO, L. DAVIDOVICH

The article from the point of geocentric methodologies are considered poorly used in the management practices of moral and emotional motives and incentives, showing their species, highlighted feature rolled-jam in the innovation economy. Motivational regulators of behavior and activity differ, except other, that not the “average” person, but concrete existing as the personality is capable to perceive them. Only as the identity of people it is capable to react to the motivational stimulating signals. The personality – the concept which is used for display of the subject economic (and other) activity with all set of its individual qualities and features revealing in processes of activity and in the social relations. Such orientation is demanded by new, nano centric approach to regulation of economy.

Keywords: *innovative work, motivation of work, moral and emotional motivation, catalyst of innovations.*