

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Тольяттинский государственный университет»
Гуманитарно-педагогический институт
Кафедра «Социология»
39.03.01 «Социология»

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

на тему

**«Творчество как фактор инновационной деятельности организации
(на примере сферы услуг)»**

Студент М.А. Максимова (И.О. Фамилия) _____ (личная подпись)

Руководитель канд. социол. наук, доцент А.В.Ростова (И.О. Фамилия) _____ (личная подпись)

Консультант д-р социол. наук, профессор Т.Н.Иванова (И.О. Фамилия) _____ (личная подпись)

Допустить к защите

Заведующий кафедрой д-р социол. наук, профессор Т. Н. Иванова

_____ (личная подпись)

« _____ » _____ 20 ____ г.

Тольятти 2017 г.

Аннотация

Объектом настоящего исследования являются факторы инновационного развития организации. **Предмет изучения** – творческая активность как особая форма инновационной деятельности. **Цель выпускной квалификационной работы** – изучить творческую деятельность как фактор инновационного развития организации.

В структуру выпускной квалификационной работы входит введение, две главы, четыре параграфа, заключение, список литературы и источников, приложения.

В первом параграфе первой главы определяются теоретико-методологические подходы к изучению инноваций: системный, социально-управленческий, социально-экономический, деятельностный, структурно-функциональный, конфликтологический подходы.

Во втором параграфе первой главы проанализирован зарубежный и отечественный опыт активизации творческой активности организаций.

В первом параграфе второй главы на основе анкетного опроса изучены социально-экономические основы повышения творческой активности работников.

Во втором параграфе второй главы по результатам экспертного интервью дана оценка творческой активности работников организации.

Приложение содержит программу социологического исследования, инструментарий, а также таблицы прямых распределений.

Список литературы включает в себя 50 источников.

Содержание

Введение.....	4
Глава 1. Теоретико-методологические аспекты изучения инноваций	10
1.1. Теоретические подходы к изучению инноваций	10
1.2. Зарубежный и отечественный опыт активизации творческой активности организаций	23
Глава 2. Эмпирический анализ факторов стимулирования творческой активности работников сферы услуг	32
2.1. Социально-экономические основы повышения творческой активности работников сферы услуг	32
2.2. Оценка творческой активности работников: экспертный опрос	47
Заключение	58
Список используемой литературы и источников	63
Приложения	69

Введение

Актуальность темы исследования. Современный этап развития мировой экономики в первую очередь характеризуется постоянно возрастающими темпами научно-технического прогресса, а также увеличением роли знаний, личной заинтересованности и вовлеченности каждого сотрудника любой организации как фактора успешного функционирования предприятий всех направлений деятельности.

Опираясь на многолетний опыт индустриально развитых стран можно сделать следующий вывод: инновационная активность хозяйствующих субъектов, как результат инновационной инициативы, творческой деятельности и высокой вовлеченности каждого сотрудника действующей организации, оказывает положительное влияние на устойчивость и прогрессивность развития всей национальной экономики.

Таким образом, так называемой движущей силой могут стать только те компании, которые активно вовлекают в свою хозяйственную деятельность интеллектуальный ресурс. Инвестиционная привлекательность таких компаний значительно выше прочих. Это значит, что традиционные подходы, которые ориентированы в первую очередь на наращивание материальных благ и сосредоточение на предприятии только материальных активов, не могут соответствовать современным требованиям. Первоочередными привлекательными для развития и вложения материальных и моральных затрат являются такие направления, как наука, технология, творчество и образование, которые в свою очередь являются компонентами целостной системы инновационной деятельности.

Рассматривая результаты научной, творческой и образовательной деятельности в контексте инновационного развития организаций, необходимо отметить, что наука и творчество прямо или косвенно через технологию, экономику и быт воздействует на человеческие потребности. Изменение целей, идеалов и интересов способствует развитию новых

ценностей, более высоких требований к конечному продукту деятельности любых хозяйствующих субъектов.

Подход, практикующий поощрение и развитие творческого потенциала и инициативы, базирующийся на полноценном использовании научных знаний, обеспечивает необходимое для современного времени условие – создание новой продукции высокой конкурентоспособности.

Более того, направление и идея социально-экономического развития Российской Федерации до 2020 года подразумевает переход экономики к инновационному социально ориентированному типу развития. В данной концепции развития главенствующая роль отводится человеческому фактору. Основопологающей задачей в рамках вышеуказанного направления развития считается становление у персонала организаций мотивации к инновационному типу поведения¹.

Практическая значимость изучения инноваций и творческих инициатив сотрудников, объясняется тем, что в процессе значительных практических или социальных трансформаций в организациях появляются явные или скрытые проблемы, такие как, например, неготовность сотрудников предприятия к вышеуказанным изменениям, сопротивление персонала внедрению любых инноваций. Эти вопросы нуждаются в глубоком социологическом анализе.

Таким образом, актуальность темы выпускной квалификационной работы обусловлена, во-первых, необходимостью теоретического социологического осмысления инновационного развития предприятия как следствия творческой активности персонала, во-вторых, практической значимостью стимулирования творческой активности.

Всем вышеперечисленным и был предопределен выбор данной темы выпускной квалификационной работы и обоснована ее актуальность.

¹Саксина, Н. Н. Активность персонала как фактор инновационной деятельности предприятия / Н.Н. Саксина., С.А. Бабенко // Перспективы науки и образования. – 2013. – №5. – С. 219-220.

Степень научной разработанности темы. Теоретико-социологические аспекты изучения инновационных процессов рассмотрены в трудах таких зарубежных авторов, как: Р. Мертон², Т. Парсонс³, Й. Шумпетер⁴ и т.д.

Следует отметить, что в отечественной социологии понятие «инновация» на протяжении долгого времени не было предметом исследования ученых. Большой вклад в фундамент теории инноваций заложил Н.Д. Кондратьев, он заложил основы общей теории инноваций, охватывающей не только технологию и экономику, но и социально-политическую сферу, а также раскрывающей механизм взаимодействия инноваций в различных сферах общества.

Осуществлялось изучение тематики «социальных изменений», которые представляют собой трансформацию социального объекта из одного поведенческого состояния в любую другую модификацию. Эта тематика впоследствии позволила поставить вопросы инновационного развития общества. К числу таковых можно отнести работы исследователей Новосибирской экономико-социологической школы С.Д. Ильенковой, Т.Г. Ратьковской, З.И. Калугиной. Теоретический анализ и эмпирическую интерпретацию собственно понятие «инновация» получило в работах Н.И. Лапина, руководившего проектом «Нововведения в организациях: социологические проблемы». Методология эмпирических исследований, в том числе и инновационных процессов, разрабатывается российским социологом, специалистом в области социологии организаций и индустриальной социологии А.И. Пригожиным, а также социологом, специалистом по проектировочной деятельности Б.В. Сазоновым. Современное исследование инноваций в отечественной социологии

²Мертон, Р. К. Социальная теория и социальная структура / Р. К. Мертон. – М.: АСТ, Хранитель, 2010. – 880 С.

³Парсонс, Т. Понятие общества: компоненты и их взаимоотношения / Т. Парсонс // THESIS. – Весна, 2012. – Т. 1. Вып. 2. – С. 94-122.

⁴Шумпетер, Й. А. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия. – М.: Эксмо, 2007. – 862 С.

представлено работами кандидата философских наук О.В. Здеревой, доктора экономических наук А.В. Ламанова.

В целом состояние научной разработанности тематики инновационного развития в организациях таково, что в социологической теории прослеживается недостаток теоретических и методологических исследований, связанных с вышеуказанной тематикой. Таким образом, недостаточно исследованная проблематика инновационного развития организаций обуславливает объект и предмет выпускной квалификационной работы, ее цель и задачи.

Цель выпускной квалификационной работы – изучить творческую деятельность как фактор инновационного развития организации.

Для достижения вышеуказанной цели необходимо решить следующие **задачи**:

1. рассмотреть теоретико-методологические подходы к изучению инноваций;
2. проанализировать зарубежный и отечественный опыт активизации творческой активности организаций;
3. изучить социально-экономические основы повышения творческой активности работников;
4. дать оценку творческой активности работников организации с использованием экспертного опроса.

Объект изучения – факторы инновационного развития организации.

Предмет изучения – творческая активность как особая форма инновационной деятельности.

Теоретико-методологическая база исследования. Инновацию как сложное явление можно рассмотреть с позиции системного, социально-управленческого, социально-экономического и деятельностного подходов.

1. *Системный подход*, представленный в трудах ученых А.А. Богданова, Т. Парсонса, Р. Мертона и т.д. Данный подход

подразумевает рассмотрение объекта в качестве системы, целостного комплекса взаимосвязанных элементов.

2. С точки зрения *социально-управленческого подхода* (Г. Файоль, А. Шелдон, Р. Тейлор, Д. Макгрегор и др.) внедрение инноваций в любую сферу деятельности человека должно приносить социальный, экономический и другие виды эффекта, в том числе и в сфере социологии управления.

3. *Социально-экономический подход* (Д. Рикардо, Г. Зиммель) позволяет оценить инновационную деятельность предприятия с позиции внедрённого новшества, обеспечивающего рост эффективности процессов или качества выпускаемой продукции. При применении данного подхода основными свойствами инновации являются научно-техническая новизна, практическая воплощенность и коммерческая реализуемость, в таких основных сферах деятельности человека как: промышленность, сельское хозяйство, здравоохранение, образование.

4. *Деятельностный подход* (М. Вебер, Э. Дюркгейм, Т. Парсонс, В. Парето и др.) сосредоточен на описании инновации как инструмента деятельности руководителей организаций, при помощи которого они используют изменения, как благоприятную возможность для достижения поставленных целей в сфере предпринимательства. Стоит отметить, что данный подход дает возможность проанализировать понятие инновации одновременно и со стороны специфического логико-рационального компонента поведения субъектов инновации, и изменения качеств менталитета, когнитивных способностей индивида.

5. *Структурно-функциональный подход* (Р. Мертон, Г. Спенсер, Э. Дюркгейм, Т. Парсонс). В основе данного подхода лежит идея об обществе как внутренне дифференцированной социальной системе, функциональной особенностью которой является упорядоченная целостность структурных элементов, взаимодействующих друг с другом на уровне поддержания стабильности социального равновесия.

6. *Конфликтологический подход* (Л. Козер, К. Маркс, Р. Дарендорф). Сторонники теории конфликта интерпретируют конфликт не как ролевую структуру, а как ролевое поведение.

Представленные подходы к инновации не являются разрозненными. Доминирующим в этих подходах является социально-управленческий, а системный, деятельностный и социально-экономический дают возможность более полного и детального исследования инновационного поведения предприятий.

Эмпирическая база исследования. Для получения социологической информации, отражающей готовность персонала к творческой инициативе и активности, было проведено анкетирование. В ходе исследования изучается выборочная совокупность в размере 200 человек. По типу выборка – целевая, где единицами отбора выступают работники сферы услуг.

Гипотеза исследования: в условиях инновационной деятельности организаций творческая активность работников сферы услуг значительно возросла.

Методы исследования, которые были применены в ходе написания выпускной квалификационной работы: анкетный опрос и экспертное интервью.

Структура бакалаврской работы. Работа состоит из введения, двух глав, пяти параграфов, заключения, списка используемой литературы и источников и приложения.

Глава 1. Теоретико-методологические аспекты изучения инноваций

1.1. Теоретические подходы к изучению инноваций

Основой современного постиндустриального общества смело можно назвать совокупность технологических инноваций, а именно обширное количество технологических новинок от уникальных научных идей (открытий) до способов передачи социально значимой информации (глобальная сеть Интернет и т.д.), от обновления программного обеспечения и новых офисных технологий до способов приготовления пищи и использования материалов в быту.

Не имеет решающего значения была ли та или иная технология появившейся вновь или трансформировавшейся из ранее существующей, так или иначе нововведения формируют совершенно новые типы социально-экономических отношений, поскольку любые инновации дают преимущества в конкурентной борьбе. Следует отметить, что такое соперничество может относиться к совершенно различным сферам деятельности. Например, может представлять собой конкуренцию между предприятиями на рынке за расширение сферы деятельности и укрепление имеющихся позиций или это может быть соревнование между спортсменами за достижение результатов с помощью использования новейших приемов и техник.

На сегодняшний день эксперты-практики, учёные-исследователи и даже государственные деятели признают за нововведениями первостепенное значение для стабильного социально-экономического роста, развития и прогресса.⁵ Поскольку новшества всегда способствуют отмене или радикальному пересмотру прежних методов, взглядов, ценностей, отношений, появляются широкие возможности для экономического роста, социального усовершенствования действующей системы и личностного

⁵ Винокуров, В. И. Основные термины и определения в сфере инноваций [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.logistics.ru/9/2/i20_27377p0.htm (Дата обращения 30.09.2016 г.).

развития каждого социально и экономически активного человека. Многие исследователи утверждают, что именно новации и творческие инициативы способствовали снижению темпов, а позже и полной ликвидации большинства социально-экономических кризисов. Таким образом, можно утверждать, что инвестирование в творческие инициативы отдельных личностей или в глобальные разработки компаний в конечном итоге окажутся оправданы, поскольку позволят развить отношения между участниками экономических и социальных отношений, а также поддержать стабильность в обществе.

Ярким примером данного взгляда являются работы австрийского и американского экономиста, политолога, социолога и историка экономической мысли Йозефа Алоиза Шумпетера. Инновации И.А. Шумпетер рассматривает как основное средство предупреждения экономической нестабильности или, по крайней мере, сглаживание ее последствий или проявлений. Ученый отмечает, что быстрая смена продукции, техник, условий вынуждает индивидов к постоянному обновлению и расширению знаний, проявлению собственных творческих инициатив, чтобы эффективно функционировать в обновлённых социально-экономических системах⁶.

В своей работе по анализу экономической эволюции И.А. Шумпетер наряду с прочими вопросами внимательно изучает явление сбора информации, расширение знаний, развитие творческого потенциала человека. В результате своих исследований он делает вывод о том, что как только завершится процесс упорядочивания и приведения к общим нормам экономики знаний, наступит стабильный этап развития, а именно формирование информационного общества. Данные выводы обосновывают актуальность и необходимость изучения инновационной активности

⁶ Шумпетер, Й. А. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия. – М.: Эксмо, 2007. – С. 59

человека, предприятия, больших хозяйствующих групп и объединений, поскольку именно социально-экономические единицы и оказываемые ими влияния создают ту платформу, на которой возможны разного рода инновационные инициативы и развития.

Начинать исследование необходимо с определения самой категории «инновация». Рассмотрим различные источники, в которых обращались к понятию данной категории с разнообразных сторон изучения и восприятия. А также укажем наиболее значимых ученых и исследователей, оказавших влияние на изучение инноваций и инновационного развития.

Термин «инновация» происходит от латинского слова «innovation», что означает обновление⁷. Как правило, считается, что в русский язык слово было заимствовано из английского языка, в котором термин «innovation» дословно означает нововведение, новшество, новаторство⁸.

Согласно Федеральному закону «О внесении изменений в Федеральный закон «О науке и государственной научно-технической политике» N 254-ФЗ от 21 июля 2011 года, инновация – введенный в употребление новый или значительно улучшенный продукт (товар, услуга) или процесс, новый метод продаж или новый организационный метод в деловой практике, организации рабочих мест или во внешних связях.

Инновационная деятельность – деятельность (включая научную, технологическую, организационную, финансовую и коммерческую деятельность), направленная на реализацию инновационных проектов (инновационный проект – комплекс направленных на достижение экономического эффекта мероприятий по осуществлению инноваций, в том числе по коммерциализации научных и/или научно-технических результатов), а также на создание инновационной инфраструктуры (инновационная инфраструктура – совокупность организаций,

⁷Большой латинско-русский словарь [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://linguaeterna.com/vocabula/> (Дата обращения: 30.09.2016 г.).

⁸Новый англо-русский словарь В.К. Мюллера [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.rambler.ru/dict/enru/> (Дата обращения: 30.09.2016 г.).

способствующих реализации инновационных проектов, включая предоставление управленческих, материально-технических, финансовых, информационных, кадровых, консультационных и организационных услуг) и обеспечение ее деятельности⁹. Это понятие широко используется отечественными исследователями начиная с 80-х гг., однако попытки его определения предприняли лишь отдельные ученые¹⁰.

Рассмотрим взгляд И.А. Шумпетера на определение термина «инновации», его способы характеристики данного понятия и классификацию.

Инновационное развитие ученый-исследователь определил как фактор экономической трансформации предпринимателя. Когда последний сталкивается с неизбежным влиянием внешней среды, начинает проявлять свой творческий потенциал, внедрять нововведения в процесс деятельности, стимулируя таким образом прочих предпринимателей к подобным действиям и развитию, что в конечном итоге проявляется как общий прогресс социально-экономической системы. В данном контексте понятия «инновации» и «инновационное развитие» автор позиционирует как синонимы.

В своих работах ученый для более подробного освещения вопроса дополнительно раскрыл содержание понятия «инновация» с помощью перечисления его основных типов:

- создание нового, ранее неизвестного потребителям блага, или получение нового качества того или иного блага;
- освоение нового рынка сбыта;
- привнесение нового для любой отрасли промышленности метода (способа) производства или коммерческого использования товара;

⁹Федеральный закон от 21 июля 2011 г. N 254-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О науке и государственной научно-технической политике» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://base.garant.ru/12188178/> (Дата обращения: 01.10.2016 г.).

¹⁰ Карпова, Ю. А. Введение в социологию инноватики: учеб. пособие. – СПб.: Питер, 2004. – С. 22.

- проведение соответствующей хозяйственной реорганизации;
- получение нового источника сырья, материалов или полуфабрикатов.¹¹

В своих работах уже более позднего периода И.А. Шумпетер определил понятие инновации как изменения с целью внедрения и использования новых видов потребительских товаров, новых производственных и транспортных средств, рынков и форм организации в промышленности¹².

Значительный вклад в исследование категорий «инновации» и «инновационное развитие» внес Николай Дмитриевич Кондратьев – российский и советский экономист, основоположник теории экономических циклов, известных как «Циклы Кондратьева». Заслуга Н.Д. Кондратьева заключается и в том, что он показал такое явление как неравномерное распределение нововведений во времени и в пространстве, их появление группами¹³.

Таким образом, в работах Н.Д. Кондратьева можно отметить впервые использованный подход к анализу и рассмотрению инноваций с помощью упорядочивания объектов изучения в сравнительно однородные группы на основании многомерной статистической процедуры. Труды российского экономиста положили начало глубокому изучению инноваций и их роли в социально-экономическом развитии в масштабах, как отдельных субъектов, так и мировой практики.

Логическим продолжением изучения понятий «инновации» и «инновационное развитие» станет обращение к работам Герхарда О. Менша – профессора экономических наук, эксперта по предпринимательству и стартовым предприятиям.

¹¹ Шумпетер, Й. А. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия. – М.: Эксмо, 2007. – С. 67

¹² Арутюнова, Д. В. Инновационный менеджмент: учебное пособие. – Ростов-на-Дону: Издательство ЮФУ, 2014. – С. 8.

¹³ Мухамедьяров, А. М. Инновационный менеджмент: учебное пособие. –2-е издание. – Москва: ИНФРА-М, 2008. – С. 10-11.

Западногерманский экономист стал одним из первых последователей работ И.А. Шумпетера и Н.Д. Кондратьева, он продолжил развивать их концепцию на современном уровне научных знаний. Герхард О.Менш практиковал свою преподавательскую деятельность в США и Германии по таким направлениям, как: экономика предприятия, народное хозяйство, особенно активно занимался изучением инноваций и стартовых предприятий.

В своих работах Герхард О.Менш предлагает собственную классификацию инноваций с точки зрения их значимости. Классификация выглядит следующим образом:

- так называемые «псевдонововведения»;
- базисные инновации;
- улучшающие инновации.¹⁴

Рассмотрим каждый элемент классификации чуть более подробно.

Понятие «псевдонововведения» введено в классификацию Герхарда О.Менша с целью выделения в отдельную группу минимальные изменения, которые не столько стимулируют какое-либо инновационное развитие, сколько являются неизбежным явлением с течением времени.

Более значимыми с точки зрения развития являются базисные инновации. Они ведут к ощутимым изменениям в сферах культуры, управления, общественных услуг. Более того, инновации такого рода способны образовать целые пласты новых социально-экономических отраслей, развить и приумножить новые техники и технологии. Герхард О.Менш рассматривал цикличность и темпы экономического роста во взаимосвязи с процессом воспроизводства базисных инноваций. По мере распространения базисного нововведения происходит исчерпание его

¹⁴ Шавель, А. В. Сущность понятия инновации как экономической категории [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://docviewer.yandex.ru/view/0/?*=mKudxq71KQCaP%2BPRg2g9XWR605I7InVybcI6Imh0dHA6Ly9DeWJlckxlbmlua2EucnUvYXJ0aWNsZS9uL3N1c2Nobm9zdC1wb255YXRpeWEtaW5ub3ZhdHNpeWEta2FrLWVrb25vbWljaGVza295LWthdGVnb3JpaS0xLnBkZiIsInRpdGxlljoic3VzY2hub3N0LXBvbnlhdGl5YS1pbm5vdmF0c2I5YS1rYWstZWtvcnVtaWN0ZXNrb3kta2F0ZWdvcmlpLTEucGRmliwidWkljoiMCIslnl1ljoINzYxNjQ3NTkwMTQ4ODk4MTgwMCIslm5vaWZyYW1lIjp0cnVILCJ0cyI6MTQ5Mzc0NDk0MTMxOX0%3D&page=1&lang=ru (Дата обращения: 02.10.2016).

потенциала и создается ситуация «технологического пата» и стагнации в экономике¹⁵.

С течением времени происходит насыщение рынка и, как следствие, потеря новизны и актуальности любого нововведения¹⁶. Далее падает инвестиционная активность предприятий, что влечет за собой увеличение потока денежных средств в финансовую сферу против реального сектора. Появление новых базисных инноваций влечет за собой новый экономический подъем, и цикл начинается сначала.

Что же касается улучшающих инноваций, то они по теории Герхарда О.Менша взаимосвязаны с модификациями базисных инноваций и их адаптацией к изменившимся условиям рынка.

Профессор утверждал, что ухудшение финансового положения отдельного предприятия стимулирует его к внедрению инноваций. Сокращение объема прибыли в потерявших актуальность и новизну отраслях промышленности побуждает предпринимателей к активному вкладыванию денежных средств, усилий, знаний в новые направления. Герхард О.Менш, аналогично выводам в работах Н.Д. Кондратьева, делает заключение о том, что наибольшее количество базисных нововведений должно приходиться на фазу депрессии большого цикла. В свою очередь, на растущей фазе нового цикла в основном происходит появление улучшающих инноваций, в начале снижающейся фазы все большую роль начинают играть «псевдонововведения».

В противовес взглядам Герхарда О.Менша, Н.Д. Кондратьева и И.А. Шумпетера выступает английский экономист, один из известнейших исследователей экономических циклов Кристофер Фримэн.

¹⁵Бареев, Т. Ф. Сущность и границы использования понятия «инновация» // Экономические науки. – 2012. – №8(93). – С. 62-64.

¹⁶Казанцев, А. К. Основы инновационного менеджмента. Теория и практика: Учебник / Л.С. Барютин и др., под ред. А.К. Казанцева, Л.Э. Миндели. 2-е изд. перераб. и доп. – М.:ЗАО «Издательство Экономика», 2004. – С. 46

Свое несогласие он подкреплял следующими доводами: на этапе экономического замедления инвестирование в инновации для предприятий является высоко рискованным мероприятием, в то время как на этапе оживления социально-экономических отношений инвестиции рассматриваются как более уместные и менее рискованные вложения денежных средств и человеческого потенциала.

На основании всех вышеизложенных вариаций определения понятий «инновации» и «инновационное развитие», методов анализа и изучения данных объектов рассмотрения, а также способов их классификации можно сделать общие выводы.

Совокупное определение понятия «инновация» может звучать следующим образом: инновация – созданный в результате проведенного научного исследования или научного открытия принципиально новый объект, который внедрен в функционирование социально-экономической системы. Вышеуказанным объектом может быть технология или ее часть, свойство или качество, социальная практика или стиль поведения, ценности и нормы человеческих взаимодействий.

Инновационное развитие – преобразование всех сфер экономики и социальной системы на основе научно-технических достижений, то есть инноваций.

Исследование природы инноваций в социологическом контексте связано с рассмотрением данного явления с точки зрения структурного функционализма и теории конфликта.

Для начала обратимся к теории структурного функционализма.

В основе данного подхода лежит идея об обществе как внутренне дифференцированной социальной системе, функциональной особенностью которой является упорядоченная целостность структурных элементов, взаимодействующих друг с другом на уровне поддержания стабильности социального равновесия. Основные идеи структурного функционализма

основаны на идее функциональной реальности устойчивых образцов социального поведения, на структурной целостности общества, в которой технологический прогресс и экономическое развитие являются источниками социальной динамики, а культура – консервативной силой, стабилизирующей систему. Итак, центральными категориями структурно-функционального анализа являются структура, образцы функциональной деятельности, придающие обществу стабильность и устойчивость, состояние равновесия, как целостной системы.¹⁷

Любые инновации, реализуемые в организациях, представляют собой целостную систему. В свою очередь организация, также рассматриваемая как система, обладает социальной структурой. В качестве окружающей среды социальной системы Т. Парсонс рассматривает культурную, личностную и поведенческую системы социального действия.

Необходимо отметить, что каждая из вышеуказанных систем находится в тесной взаимосвязи с другими. Иными словами, уровень развития организации влечет за собой развитие сотрудников и наоборот. Инновации, как правило, выступают в качестве источника изменений организации, что, с одной стороны, тесно связано с потребностями и мотивированными процессами сотрудников, с другой стороны, с уровнем развития предприятия и его места в социально-экономической среде.

Таким образом, мы перешли к пониманию роли инноваций с точки зрения положения структурного функционализма о социальном порядке. Социальный порядок в теории Т. Парсонса занимает одно из главных и приоритетных мест, где компоненты, входящие в систему, находятся в устойчивой связи по отношению друг другу, и являются одновременно причиной и следствием. Он утверждает, что все события и явления в социальной жизни взаимосвязаны и взаимозависимы, при этом

¹⁷ Батыгин, Г. С. Структурный функционализм Толкотта Парсонса / Г. С. Батыгин // Вестник РУДН. – 2003. – №4-5. – С. 6-34.

приспосабливаясь и адаптируясь к реальным условиям, система стремится к сохранению внутреннего единства, обязательных норм и правил, поддерживая и согласовывая личные мотивы и ценности общества.

Однако следует отметить, что, согласно Т. Парсонсу, любые изменения и преобразования, которые нарушают устоявшийся порядок внутри системы, вызывают изменения во всей социальной системе, поскольку не существует состояния идеального равновесия, а есть, так называемое, подвижное равновесие, некий процесс, показывающий рефлексию взаимоотношений общества с факторами внешней среды, отражающимися в изменениях социальной системы.¹⁸ Можно сделать вывод, что внедрение инноваций на любом предприятии, естественно, повлияют на ту систему, в которую данное предприятие включено, а значит, и на уровень общества в целом.

Положения структурного функционализма, рассмотренные с точки зрения влияния инноваций на организацию, позволяют говорить о том, что организационные изменения, которые происходят благодаря внедрению инноваций, могут быть внутренними (эндогенными) и внешними (экзогенными), также не исключается также и комбинация вышеназванных преобразований¹⁹.

Рассмотрим вопрос инновационного развития организации с точки зрения конфликтологического подхода.

Как уже отмечалось ранее, внедрение инноваций – это нарушение стабильности организации, что в определенной степени можно обозначить как конфликт. Конфликт возникает по причине противоречия между устоявшимися методами, техниками, технологиями, процессами и нововведениями в любую из указанных направлений. Даже ожидаемая, долго и плодотворно подготовленная к внедрению инновация сопровождается конфликтными проявлениями, так как влечет за собой необходимость

¹⁸ Парсонс, Т. О структуре социального действия. – М.: Академический проект, 2002. – С. 114

¹⁹ Социология, политология [Электронный ресурс] – Режим доступа: // <http://socio-polit.ru/ponyatie-sotsiologii/> (Дата обращения: 02.10.2016 г.).

приспосабливаться к новым условиям и ситуациям. Таким образом, внедрение инноваций неизбежно сопряжено с конфликтами разного уровня, масштаба и степени напряженности.

Теория позитивно-функционального конфликта немецкого и американского социолога, Л. Козера, также как и теория конфликтной модели общества англо-германского философа, социолога, политолога и общественного деятеля Р. Дарендорфа ставит акцент на изучении процесса взаимосвязи основных социальных типов взаимодействия таких как: соревнование, конфликт, приспособление и ассимиляция. Они отмечают, что главный источник социальных перемен – это конфликт. Ученые поддерживают идею возникновения конфликта по поводу контроля над ресурсами и распределением власти, особое внимание уделяется модели множественных перекрестных конфликтов, отражающей множество интересов. В этом случае, конфликт рассматривается как фактор, направленный не на сохранение, а на предотвращение социальной нестабильности посредством процесса уравнивания различных интересов и практик.

Сторонники теории конфликта интерпретируют конфликт не как ролевую структуру, а как ролевое поведение²⁰. Что же касается инноваций, то теория конфликта позволяет увидеть, какие последствия в коллективе вызывает их внедрение. Так, кандидат социологических наук И.С. Леонова в своих работах указывает, что для предприятий с разной вовлеченностью в инновационные процессы характерны разные типы организационных конфликтов. Для инновационных предприятий наиболее типичны инструментальные конфликты, развивающиеся на единой с менеджментом ценностной основе, в то время как для предприятий с трудностями модернизации характерны ценностные конфликты, основу которых

²⁰ Теория конфликта // Социология [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.studfiles.ru/preview/1445575/page:26/> (Дата обращения: 15.10.2016 г.).

составляют противоречия между традиционными ценностями персонала и корпоративными требованиями инновационного развития²¹.

В рамках данной выпускной квалификационной работы интересно изучить процесс влияния конфликта на инновационное развитие предприятия. С точки зрения Л. Козера, плодотворные результаты, как позитивные функции конфликтных процессов, способствуют стимулированию изменений в рамках социальной группы, в нашем контексте предприятия, и сближению конфликтующих сторон, что также предотвращает развитие более драматичных последствий.

Таким образом, конфликт в инновационном развитии предприятия помимо негативных последствий, носящих деструктивный характер, создает немало и позитивных последствий, дающих определенные стимулы, комфортные условия для внедрения инноваций. Например, изучить и проанализировать уровень восприятия предстоящих изменений внутри организационной структуры, повысить эмоциональный настрой внутри коллектива, увеличить уровень инновационной восприимчивости участников, наладить коммуникационный аспект между всеми членами организационной группы, повысить заинтересованность коллектива к предлагаемым инновационным изменениям и преобразованиям, наладить регулирование конфликтных ситуаций и управление ими, с целью предотвращения негативных последствий. Благодаря конфликту возможно снижение инновационной пассивности индивидов в организации.

Современная социально-экономическая ситуация характеризуется постоянными изменениями, которые сопровождают все сферы жизнедеятельности общества. Такая тенденция способствует стимулированию деятельности всех социальных субъектов, которые претендуют на успешность, в рамках постоянного поиска новых способов

²¹Козер Л. Функции социального конфликта. – М.: «Идея-Пресс, Дом интеллектуальной книги (ДИК)», 2000. – С. 113.

достижения значимых для них целей. В связи с этим становятся всё более актуальными исследования и достижение определенных результатов, касающиеся инноваций, рассматривающих понятие, свойства, функции и последствия нововведений²².

Не менее значимым помимо самой единицы инновации является и роль субъектов социально-экономических отношений в таких процессах, как поиск способов модернизации; оценка направлений, требующих модернизации или пересмотра модели отношений и сопровождающих процесс внедрения инновации.²³ И здесь ведущим, ключевым понятием для анализа является именно инновационное развитие каждого предприятия и субъекта (личности) в общей социально-экономической среде.

На основании вышеизложенного можно сказать, что сущность инновации состоит в применении продуктов интеллектуально-творческой деятельности личности для повышения производительности в какой-либо сфере деятельности.

Таким образом, можно дать следующее определение понятия «инновация». Инновация – созданный в результате проведенного научного исследования или научного открытия принципиально новый объект, который внедрен в функционирование социально-экономической системы. В качестве основного достоинства можно выделить творческий характер трудовой деятельности, в результате которой зарождаются инновации и, следовательно, новизна полученного результата.

²²Желнина Е.В. Теоретико-методологический анализ понятия «инновации» в изучении инновационной активности промышленного предприятия // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2014. – №11 (ноябрь). – С. 56-60.

²³ Хомутский, Д. Ю. Управление инновациями в компании / Д. Ю. Хомутский. – М.: Солон-Пресс, 2013. – С. 104.

1.2. Зарубежный и отечественный опыт активизации творческой активности организаций

Роль творческой активности как характеристики персонала в инновационной деятельности организации сводится к способности предприятия гибко реагировать на влияние инноваций извне, реализации нововведений в процесс производства или структуру взаимодействия сотрудников, что позволяет повысить рыночный потенциал такой организации, ее способность сохранять конкурентоспособность в условиях воздействия различного рода внешних и внутренних факторов.

Характеризуя внутреннюю среду любой организации, персонал, обладающий определенным набором знаний, навыков, способностей к трудовой деятельности, а также имеющий возможности и желания к принятию нестандартных решений, рассматривается как один из важнейших ресурсов. Сотрудников предприятия относят к человеческому ресурсу, называют кадровой составляющей, научным потенциалом, либо включают в состав потенциала интеллектуального.

Творческая деятельность (энергичность, интенсивность) определяется состоянием готовности персонала к ней (восприимчивость нового, личная заинтересованность) что, в свою очередь, и определяет инновационный кадровый потенциал предприятия. Такую деятельность и состояние персонала принято называть активностью.²⁴

Когда сотрудник проявляет творческую активность, он принимает решение о внедрении новшества в свою деятельность, то есть проявляет в процессе труда инициативу, заинтересованность, ответственность, что,

²⁴ Человеческий капитал / Центр управления финансами [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://center-yf.ru/data/economy/Chelovecheskii-kapital.php> (Дата обращения: 12.10.2016 г.)

естественно, сказывается на качестве работы, при этом также удовлетворяются «высшие потребности» в самореализации и творчестве.²⁵

Таким образом, активность персонала организации можно трактовать одновременно и как фактор инновационной деятельности, и как показатель внутренней среды предприятия²⁶.

Разработки отечественных и зарубежных ученых по вопросам инновационного развития предприятий позволяют целостно взглянуть на проблемы использования человеческого потенциала в процессе внедрения инноваций. При осуществлении инновационного развития важно помнить о том, что совершенствование человеческих способностей, человеческих ресурсов является приоритетной управленческой задачей, решение которой может привести к максимальному эффекту в виде конкурентного преимущества или материальной прибыли. Данный процесс представляет собой сложную систему, которая невозможна без управления социальными отношениями.²⁷

Проблемы внедрения инноваций связываются со способностью руководителей раскрыть творческую инициативу персонала работников, повысить их заинтересованность в нововведениях в их деятельности. Внедрение инноваций зачастую влечет за собой противоречия, конфликты интересов в рамках организации. С точки зрения социологии управления конфликты на почве инноваций не всегда имеют негативные последствия для организации, а напротив, могут способствовать внедрению каких-либо социальных или технических инноваций, но лишь в тех организациях, где менеджмент поддерживает стремление персонала к инновациям, одобряет его готовность к обучению и повышению квалификации.

²⁵ Паршутина, И. Г. Влияние личностного фактора на инновационный потенциал современной организации / И. Г. Паршутина, Т. М. Анурина, Д. А. Щекотихина // ИнВестРегион. – 2012. - №3. – С. 30.

²⁶ Саксина, Н. Н. Активность персонала как фактор инновационной деятельности предприятия / Н.Н. Саксина., С.А. Бабенко // Перспективы науки и образования. – 2013. – №5. – С. 219-220.

²⁷ Денисов, Г. А. Инновации: отечественный и зарубежный опыт (анализ, финансирование, стимулирование) / Г. А. Денисов, М. И. Каменецкий, В. В. Остапенко. – М.: МАКС Пресс, 2001. – С. 27

Таким образом, можно сделать вывод о том, что творческая активность организаций является прямым следствием готовности персонала к развитию, самосовершенствованию и образованию. В соответствии с этим, интерес вызывает отечественный и зарубежный опыт развития творческого потенциала, который показывает, что организация и особенно реализация персонифицированного обучения является одной из сложных проблем, с которыми сталкиваются исследователи.

Опыт зарубежных стран в данной области довольно продолжительный, весьма разносторонний и богатый.

Резолюция Совета европейских сообществ (1989г.) определяет основные функции образования и развития творческого потенциала индивида:

1) функция адаптации, суть которой заключается в том, что специалисты должны осознавать эволюцию профессий, и в соответствии с этим строить перспективы на дальнейшее профессиональное образование;

2) функция повышения конкурентноспособности предприятий и работающего в них персонала. В соответствии с данной функцией должно осуществляться повышение квалификации, переподготовка специалиста и развитие его творческих инициатив;

3) функция профессионального самопродвижения, реализация которой помогать специалисту избежать застоя в собственной профессиональной деятельности;

4) превентивная функция заключается в прогнозировании негативных действий внутреннего рынка, с которыми сталкиваются предприятия в процессе экономической перестройки.

Персонифицированный подход в системе профессионального развития индивида предполагает рассмотрение таких категорий, как «персона», «персонализм», «персонология», «персонологический подход», «персонификация», «персонификация образования». Данные категории

достаточно подробно представлены в социологических концепциях К.Г. Юнга, В. Штерна, У. Джеймса, Г. Салливана и многих других. Так в теории К.Г. Юнга понятие «персона» рассматривается как Архетип, обозначающий определенные роли, которые играют люди в соответствии с социальными требованиями окружающих²⁸. Персонализм, как направление в психологии и социологии, рассматривает личность, как постоянное стремление к самоусовершенствованию и самоактуализации. В. Штерн заложил основы персонологии как особой научной дисциплины. В качестве предмета этой дисциплины В. Штерн рассматривал персону как уникальную, индивидуальную целостность. Он считал, что персонология должна лежать в основе всех наук о человеке: антропологии, медицины, физиологии, социологии поскольку в персоне социально-психическое и биоорганическое должно трактоваться не как разные сущности, а как различные стороны и проявления одного и того же начала²⁹.

А.Маслоу, Г.Олпорт (разработчик истории личности), В.Франкл, К.Роджерс, Р.Бернс, Ю.Хеннинген являются разработчиками принципов профессионального и творческого развития специалистов. К этим принципам они относят:

1. Принцип индивидуального своеобразия характера образования и развития. Его суть заключается в том, что человек относится к профессиональному обучению сквозь призму собственного восприятия.

2. Развитие творческого начала и инициативы индивида осуществляется при помощи поддержки, профессионально-личностного роста.

3. Внутренняя мотивация специалиста к процессу профессионального обучения.

²⁸Юнг, К. Г. Психологические типы. – М.: АСТ, Харвест, 2006. – С. 178.

²⁹Штерн, В. Дифференциальная психология и ее методические основы / РАН, Ин-т психологии. – М.: Наука, 1998. – С. 66.

4. Стремление к самопознанию, к самосовершенствованию в профессиональной деятельности.

5. Персонализированное обучение осуществляется при активном использовании проектно-исследовательской деятельности специалистов.

6. Профессионально-личностный рост обусловлен многими факторами: профессиональная среда, взаимодействие с коллегами и мн. др.

В ряде зарубежных стран накоплен достаточно богатый опыт активизации творческой активности персонала в организации. Далее рассмотрим примеры таких развитых стран как США, Великобритания и Германия.

Соединенные Штаты Америки

Министерство образования, здравоохранения и социальных вопросов, Министерство труда контролируют процесс непрерывного профессионального развития специалистов (социальная сфера). В американской системе поддержки и развития сотрудников предприятий все большую значимость приобретает совершенствование профессионально-личностных качеств работника³⁰. Особое внимание уделяется таким качествам, как коммуникабельность, дисциплинированность, стремление к профессионально-личностному саморазвитию и самообразованию; развитию профессионально значимых способностей сотрудника как субъекта трудовой деятельности: способности к проявлению гибкости профессионально важных знаний и навыков и их адаптированность к реальным условиям профессиональной деятельности; способности к взаимодействию с клиентами, коллегами; способности к успешному осуществлению конкретного вида профессиональной деятельности; способности проявления личных инициатив, в том числе направленных на улучшения качества

³⁰ Афанасьев, В. В. Отечественный и зарубежный опыт персонализации в системе дополнительного профессионального образования [Электронный ресурс] / В. В. Афанасьева [и др.] – Режим доступа: <http://research-journal.org/pedagogy/otechestvennyj-i-zarubezhnyj-opyt-personifikacii-v-sisteme-dopolnitelnogo-professionalnogo-obrazovaniya/> (Дата обращения: 30.10.2016 г.).

рабочего процесса; способности к предвидению перспектив профессиональной деятельности.

При разработке программ развития и поддержки сотрудников предприятий или студентов, вступающих на путь профессиональной деятельности, в США делается акцент на коммуникабельность, дисциплинированность, самостоятельность работника, стремления к личностно-профессиональному самосовершенствованию, саморазвитию, самообразованию. Особое внимание уделяется и профессионально-значимым качествам специалиста: интеграция профессиональных знаний и умений, их адаптированность к современным реалиям, способности к взаимодействию с коллегами, умение намечать перспективные цели (краткосрочные и долгосрочные). В 80-х г. XX в вышеотмеченную американскую систему был введен персонифицированный план Ф. Келлера (швейцарского психолога и писателя). Повышение квалификации согласно данному плану строится на основе самостоятельной работы специалиста, учитывая его собственный темп обучения, требует полного освоения раздела при переходе к изучению следующего. Таким образом, создается положительная мотивация у специалиста, повышается культура самостоятельного труда, развивается самостоятельная и творческая активность.

Великобритания

В основу практики развития творческой активности работников предприятий в Великобритании положена идея профессионального саморазвития специалистов. По мнению М. Доэла, (автора ряда книг по социальной работе) план помощи и стимулирования к развитию сотрудников предприятия состоит из следующих модулей:

1. модуль самопрезентации – нацелен на выявление индивидуальных особенностей специалистов в профессиональной деятельности;
2. базовый модуль – нацелен на повышение базовых профессиональных компетенций специалиста;

3. модуль «Профессиональные границы» – развивает умения определять и реализовывать профессиональное самоограничение в области профессиональной компетентности;

4. модуль «Управление собственной работой» – учит рационально распределять свое время; управлять собственными ресурсами; фиксировать достижения и, неудачи; определять приоритеты в работе; учит работать в команде³¹.

Германия

Контроль над стимулированием работников к продуктивной деятельности осуществляют профессиональные палаты: издают постановления, определяют название профессии, в случае необходимости – срок продолжительности повышения квалификации, определяют требования к знаниям и умениям.

Анализ зарубежного опыта позволяет сделать вывод о том, что главным фактором развития творческого потенциала и квалификации специалистов любого предприятия выступает такая организация подготовки, при которой решения, касающиеся профессионального развития работника, получают статус стратегических.

Российская система, направленная на активизацию творческой активности предприятий всегда существенно отличалась от западной. Если для западноевропейской и британской системы ценностью является образование как способ повышения творческого и инициативного потенциала личности, для американской – потребности самой личности, то российская модель изначально строилась с учетом подготовки стимулирования и развития только тех кадров, которые необходимы государству в данный период развития в стране. В советский период развитие отечественной персонологии происходило с большим отрывом от западной. Результаты западных исследований (К. Юнг, К. Хорни) имели

³¹ См. там же.

негативную оценку со стороны отечественных ученых, которые также глубоко занимались изучением индивидуальных отличий личности. Б.Г. Ананьев в своих исследованиях пытался связать личностное и индивидуальное бытие человека, полагая, что индивидуальные и биологические факторы лежат в основе «истории личности». В.А. Петровский ввел понятие «персонализация» в отечественную науку. Он рассматривал персонализацию как процесс, в результате которого человек в общественной жизни выступает как личность. Сущность персонализации В.А. Петровский видел в преобразовании интеллектуальной и аффективно-потребностной сферах. У человека, по мнению В.А. Петровского, наблюдается разная степень выраженности потребности и способности к персонализации³². Удовлетворением потребности в персонализации является деятельность, с помощью которой человек транслирует другим свою индивидуальность, т.е. стремиться выделиться и отличиться в первую очередь на профессиональном уровне, что может быть достигнуто с помощью привнесения в деятельность предприятия личностных творческих инициатив индивидуума³³. Сказанное говорит о том, что персонификация рассматривается как одна из форм удовлетворения индивидуальных профессиональных потребностей специалистов.

С учетом данного подхода реализуются следующие виды поддержки и развития на предприятиях:

1. Функционально-технологические. Стимулирование и развитие по таким программам помогает качественно осуществить конкретные виды функционала специалистов с учетом квалификационных требований, необходимых на сегодняшний день.

³² См. там же.

³³ Петровский, В. А. Личность в психологии: Парадигма субъектности: учеб. пособие для студ. вузов. – Ростов-на-Дону: Феникс, 1996. – С. 13-15.

2. Компенсирующие. Программы помогают компенсировать общекультурные и общеобразовательные недостатки подготовки специалиста, нацелены на повышение общей и профессиональной культуры.

3. Адаптивно-корректирующие. Программы необходимы для изменения личностных, коммуникативных, поведенческих проявлений специалиста, а также для улучшения профессиональной адаптации.

4. Креативно-развивающие. Программы нацелены на стимулирование проявления творческой активности специалиста.

5. Научно-исследовательские. Программы предназначены для специалистов, занимающихся исследованиями в своей профессиональной области.

Как уже отмечалось выше, российский опыт развития творческой активности на предприятиях базируется не на идеях личностно-ориентированного подхода, т.е. заданная извне программа превалирует над интересами и запросами предприятий. В то же время в «нужных» направлениях, безусловно, творчество преобладает над «схематизмом»; диалог над монологом; наблюдается поддержка творческих инициатив на государственном уровне.

Глава 2. Эмпирический анализ факторов стимулирования творческой активности работников сферы услуг

2.1. Социально-экономические основы повышения творческой активности работников сферы услуг

Творческая активность – это уровень творческого потенциала работников, который связан с активностью и саморазвитием его возможностей и потенциала в трудовой деятельности. Творческая активность работника включает в себя не только адаптивные и творческие навыки, умения и знания, но и инновационные способности, которые реализуются в трудовой сфере.

Так как возможности для творческой деятельности значительно различаются в зависимости от определенного вида трудовой деятельности, можно говорить и о разных уровнях и типах творческой активности работников. Кроме того, уровень реализации творческой активности работников в трудовой сфере находится в зависимости от ее конкретных условий, ряда объективных и субъективных факторов.

Для того чтобы наиболее подробно рассмотреть данную проблему, нами был проведен опрос работников сферы услуг в г. Тольятти. Гипотезы исследования были построены на основе сравнения мнений по полу (мужской и женский), поэтому выборочная совокупность представлена в пропорции 100/100.

По возрасту респонденты разделились следующим образом: 18-30 лет – 54%, 31-50 лет – 46%.

В исследовании представлены работники со следующим образованием: половина опрошенных респондентов (51,5%) имеют высшее образование, 23,5% – среднее специальное, 22,5% – неоконченное высшее (студенты) и 2,5% респондентов со средним образованием.

По семейному положению респонденты разделились на женатых или замужних – 52% и не женатых или не замужних – 48%.

В исследовании приняли участие работники сферы услуг, занятых в различных сферах деятельности. Почти половина опрошенных респондентов занята в торговой сфере (40%), 19,5% представлены работники информационной сферы, 18% – работники, занятые в сфере образования, 14,5% – маркетинговая деятельность, в медицинской сфере приняли участие 5,5% респондентов и 2,5% – туристические услуги.

По стажу работы респонденты разделились на 6 групп: 29,5% респондентов работают около года в организации (категория «0-1 год»), 12,5% – работают 1-1,5 года, 13% респондентов – 2-2,5 года, почти в равных соотношениях представлены работники со стажем 3-4 года и 5-10 лет (17% и 17,5% соответственно), и всего 10,5% респондентов со стажем свыше 10 лет.

Для начала мы хотели выяснить, что в представлении работников сферы услуг означает понятие «творческая активность». Примерно 1/5 опрошенных считают, что *творческая активность – это деятельность человека, направленная на создание чего-то нового, оригинального*. Похожий результат дали респонденты, выбрав вариант ответа: «Активное занятие творческой деятельностью». Следует отметить, что данный вариант чаще выбирали мужчины, нежели женщины (26% и 11% соответственно). Следующий вариант ответа: «Свойство личности, позволяющее инициативно и самостоятельно ставить цели и задачи» отметили 19,5% респондентов, причем 15% из них составили женщины. Наименее популярным был ответ: «Продвижение в творческой деятельности», его выбрали всего 6% опрошенных респондентов. При этом мужчины отметили его чаще, чем женщины – 4,5%.

Далее мы хотели выяснить, связана ли трудовая деятельность респондентов с творчеством. Большинство опрошенных (34%) дали положительный ответ на данный вопрос. 33,5% респондентов ответили

«нет». Интересно заметить, что данные ответы находятся в обратной зависимости: 22% женщин ответили «да» и 22,5% мужчин дали отрицательный результат. Как мужчины, так и женщины считают, что их трудовая деятельность незначительно связана с творческой деятельностью (15% и 17,5% соответственно). Из этого можно сделать вывод, что большая часть сферы услуг непосредственно связана с творчеством.

Затем мы хотели узнать, смогут ли творческие способности наших респондентов принести пользу для организации. Большую уверенность в данном вопросе выразили женщины, дав положительный ответ на вопрос (25,5%). 33% опрошенных *не уверены* или сомневаются в том, что их творческие способности смогут принести какую-либо пользу для организации. Распределение по полу оказалось примерно равным (17,5% женщин и 15,5% мужчин). Отрицательно ответили на данный вопрос 18% опрошенных, при этом мужчины составили большую ее часть – 15%. Затруднились ответить на данный вопрос 15% респондентов.

Далее мы хотели выяснить, что же привлекает работников сферы услуг в работе организации. 1/5 опрошенных респондентов выбрали вариант ответа «*другое*». Распределение по полу оказалось следующим: 16% женщин и 25% мужчин. Наиболее частым ответом среди мужчин оказался вариант «*ничего*». Женщин же более всего привлекает в работе *характер трудовой деятельности, график работы* и собственно *выполняемая ими работа*. Среди предложенных вариантов ответов 37,5% опрошенных отметили «*возможности для карьерного роста*», при этом такая особенность больше характерна для женщин, чем для мужчин (25,5% и 12% респондентов). «*Престижность рабочего места*» отметили 31,5% респондентов. Как мужчин, так и женщин привлекает *уровень заработной платы* в работе организации – 35,5% респондентов. «*Творческий характер труда*» отметили всего 22,5% опрошенных. Такая особенность больше привлекает женщин, чем мужчин (16% и 6,5% соответственно). Следует отметить, что данную

особенность чаще отмечала молодежь, чем старшее поколение (15,5% и 7% респондентов).

Затем мы хотели узнать, как ощущают себя работники сферы услуг в быстроменяющихся условиях. Как выяснилось, «Плохо» чувствуют себя всего 1% респондентов. Следующий вариант ответа «Удовлетворительно» отметили 15,5% опрошенных (мужчины и женщины почти в равном соотношении: 8% и 7,5% соответственно). Большая часть респондентов – 41,5% – отметили вариант ответа «Нормально, с течением времени все-таки привыкаю к новому». Распределение по полу оказалось следующим: 18,5% женщин и 23% мужчин. Вариант ответа «Хорошо, мне необходимо немного времени, чтобы адаптироваться к новым условиям» больше популярен среди женщин, его отметили 20% опрошенных, а 5,5% респондентов отметили «Отлично, мне нравится изменение условий».

«Как Вы считаете, почему в процессе работы люди проявляют инициативу, вносят различные предложения?» – так звучал следующий вопрос, заданный респондентам. Как и предполагалось, 71% опрошенных ответили, что просто *хотят заработать*, поскольку любая инициатива должна вознаграждаться. Представители мужского пола выбрали данный вариант на 11% чаще (40%). *Желание улучшить что-либо в организации* оказалось значимым для 52,5% респондентов. В данном случае разница между мужчинами и женщинами значительна (17% и 35,5% соответственно). Вариант ответа *просто хотят «выделиться»* отметили 36,5% опрошенных респондентов. Ответы мужчин и женщин существенно отличаются: 5,5% женщин против 31% мужчин. Следует отметить, что данный ответ чаще наблюдается у молодого поколения (20,5%). Скорее всего, данная тенденция связана с тем, что мужчины реже проявляют инициативу и не понимают энтузиазма людей, которые стремятся как-то проявить себя, использовать свой потенциал. Возможно, косвенным фактором выступает здесь и стаж работы: чем меньше стаж, тем менее работники вовлечены в деятельность

организации. Вариант *«чувствуют особую ответственность за свою работу»* отметили 32,5% респондентов. Процент увеличивается у женщин – 22%, у мужчин он ниже – 10,5%, что, возможно, говорит о том, что женщины более серьезно относятся к своей работе. 32,5% респондентов выбрали вариант *«из-за стремления реализовать свои знания и опыт, выйти за установленные работой рамки»*. По данному фактору расхождения существенны: 25,5% женщины и 7% мужчины. Таким образом, возможность заработать значительно больше интересует работников сферы услуг, чтобы проявлять творческую активность.

Для нас представилось важным узнать, проявляли ли работники инициативу в процессе работы своей организации. 42,5% опрошенных дали положительный ответ. Распределение по полу оказалось следующим: 30% женщин и 12,5% мужчин. Следует отметить, что инициативу проявляет больше молодежь, нежели старшее поколение (30,5% и 12% соответственно). Вариант всего один раз отметили 5,5% респондентов, среди которых 3,5% составили женщины. Почти половина опрошенных респондентов дали отрицательный ответ – 51%. Здесь различия по полу существенны: 16% женщины и 35% мужчины, что говорит о меньшей заинтересованности мужчин в творческой деятельности. Затруднились ответить на данный вопрос всего 1% женщин.

Далее мы решили выяснить, что определило желание работников поделиться своими идеями в своей организации. Как выяснилось, основополагающим фактором оказался *желание что-то улучшить в организации*, его отметили 14,5% респондентов. При этом, такое желание больше проявляется у женщин, чем у мужчин (10% и 4,5%). *Материальное вознаграждение* отметили 13% опрошенных, разница между группами отсутствует (по 6,5%). 8,5% респондентов отметили *желание принести пользу*. Разница по данному фактору составила 4,5%: женщины больше, мужчины меньше (6,5% и 2% соответственно). *Желание облегчить свою*

работу также отметили в основном женщины – 6%, и всего 1% мужчин. Такие факторы, как *ощущение нужности в организации, моральное удовлетворение, поощрение грамотами* отметили только женщины (3%, 1,5% и 0,5% соответственно). Вариант *уважение в коллективе* отметили 0,5% мужчин. А вариант ответа *чувство сопричастности* не было выбрано респондентами. Таким образом, движущим фактором для женщин является желание что-то улучшить в организации, а для мужчин – материальное вознаграждение. Это можно объяснить тем, что женщины более активны, более ответственно относятся к своей работе, а мужчины за любую активность стремятся получить выгоду, в данном случае материальное вознаграждение.

«Как в Вашей организации отнеслись к Вашим идеям?» – так звучал следующий вопрос, заданный респондентам. 1/5 опрошенных респондентов отметили, что руководитель положительно относится к проявлению инициативы своих сотрудников (40,5%). Распределение по полу оказалось в 2,5 раза больше у женщин, чем у мужчин (29% и 11,5%). 6,5% опрошенных ответили, что руководитель *безразличен* к такому проявлению. Так считают 4,5% женщин и лишь 2% мужчин. Затруднились ответить на данный вопрос 1,5% респондентов. Вариант ответа отрицательно не был выбран респондентами, и это связано с тем, что руководители ценят инициативных и творческих работников в своей организации. Положительно относятся также и члены организации, так отметили 26,5% респондентов, среди которых 19% составили женщины. По мнению 18% опрошенных, коллеги *безразличны* к проявлению инициативы членов своей организации. Среди женщин процент в 2 раза выше и составляет 12%. 0,5% респондентов дали отрицательную оценку своим коллегам, а затруднились ответить на данный вопрос 3,5% респондентов.

Затем мы спросили у респондентов, как они предпочитают работать. Более половины опрошенных (51,5%) отметили вариант *«чтобы было точно*

известно, что нужно сделать и что я за это получу». Как оказалось, данный вариант ответа чаще выбирали мужчины (36,5%), чем женщины (15%). *«Предпочитаю делать то, что знакомо, привычно»* отметили 22,5% респондентов. Здесь значительно преобладают женщины – 16% опрошенных. Следующий вариант ответа «нужно, чтобы в работе появлялось что-то новое» также более популярен среди женщин. Его отметили 11,5% женщин и 4,5% мужчин. *Готовых сделать все для организации* оказалось совсем немного – всего 6,5% респондентов. Представители женского пола выбирали данный вариант в 3 раза чаще, чем мужчины: 5% и 1,5% соответственно. *«Предпочитаю работать под полную личную ответственность»* выбрали 3% опрошенных респондентов, среди которых 2,5% составили женщины и лишь 0,5% – мужчины. *Свой вариант* ответа предложили 0,5% опрошенных. Респондент указал такой ответ, как работать со свободным графиком и под полную личную ответственность, что полностью совпадает с ответами групп. Так, можно сделать вывод, что большинство работников имеют своей целью получить какое-либо вознаграждение за выполняемую работу.

Далее мы решили выяснить, принимали ли работники участие в выполнении творческих заданий от руководства. Половина опрошенных дали положительный ответ. Следует отметить, что женщины чаще принимали участие, нежели мужчины (33% и 17% соответственно). Важно заметить, что семейные люди менее склонны к участию в творческих заданиях – всего 18% опрошенных ответили положительно. Ни разу не участвовали в выполнении творческих заданий 37,5% респондентов. Преобладающим большинством оказались, конечно же, мужчины – 26% опрошенных. Один раз принимали участие 12,5% респондентов, разница по полу отличается незначительно (0,5%).

Подобное распределение характерно как для молодого, так и для старшего поколения. 50% опрошенных также дали положительный ответ.

Следует отметить, что молодежь более активна, чем старшее поколение – 31,5% и 18,5% соответственно. Как и предполагалось, участие в выполнении творческих заданий принимают чаще женщины, нежели мужчины; молодежь, нежели старшее поколение. Важно отметить, что на творческую активность оказывает существенное влияние стаж работника. Более активными оказались работники, которые недавно или не более года работают в организации (12,5%). Работники со стажем «1-1,5 года» менее активны, всего 7,5% респондентов. Далее наблюдается повышение активности у персонала со стажем «2-2,5 года» и «3-4 года» (9% и 11,5% соответственно), а затем последующее снижение творческой активности у работников со стажем 5 лет и выше (8% и 1,5%).

Затем, мы решили узнать, поощряет ли руководство выполнение творческих заданий. Так, почти половина опрошенных респондентов (47,5%) ответили положительно. Разница здесь незначительна: 26,5% женщин и 21% мужчин. Вариант ответа «иногда» отметили 30,5% опрошенных, при этом большую часть составили мужчины – 17%. Скорее всего, это связано с видом деятельности, который не всегда предусматривает какие-либо творческие задания. Лишь 8% респондентов ответили отрицательно, мужчины и женщины почти в равном соотношении – 4,5% и 3,5% соответственно. Затруднились ответить на данный вопрос 14% опрошенных. В данном случае распределение между группами было одинаковым. Таким образом, большинство руководителей, занятых в сфере услуг, применяет в системе работы своей организации творческую составляющую.

Мы решили выяснить, максимально ли используются творческие способности работников в деятельности организации. Как выяснилось, 23,5% опрошенных респондентов считают, что творческие способности *используются в полной мере*. Так отметили 16% женщин и 7,5% мужчин. Вариант ответа «используются частично» выбрали 18% опрошенных, среди которых большинство составили женщины – 13,5%. «Используются не в

полной мере» у 9,5% респондентов. Разницы по полу практически нет (5% и 4,5%). Затруднились ответить на данный вопрос почти половина респондентов – 49%. При этом большую часть составили мужчины – 33%. Скорее всего, это связано с тем, что работники не уверены в своих творческих способностях, так как редко используются в деятельности организации.

И наконец, мы коснулись вопросов, связанных с мотивами выполнения творческих заданий от руководства работниками сферы услуг. Как и предполагалось, основополагающим фактором является *материальное вознаграждение*, там отметили больше половины респондентов – 53,5%. Процент у мужчин выше и составляет 33%. Для женщин данный фактор также находится на первом месте и составляет 20,5%. «*Возможность использовать свой потенциал*» отметили 13,5% респондентов. Следует отметить, что данную возможность отметили в основном женщины – 9,5%. Наименьшей популярностью пользуется *похвала или одобрение со стороны руководства*, данный вариант ответа выбрали 5,5% опрошенных респондентов. Этим мотивируются в основном женщины – 4%. Вариант ответа «*мне самому (ой) нравится выполнять такие задания*» выбрали 12,5% респондентов. Распределение по полу оказалось следующим: 10% женщин и 2,5% мужчин. Вариант «*затрудняюсь ответить*» выбрали 15% респондентов. Соотношение мужчин и женщин практически равное (8,5% и 6,5% соответственно).

Далее мы попытались выяснить, считают ли работники свою работу интересной. Так, больше половины опрошенных (51,5%) ответили *положительно*: среди женщин такой ответ выбирали чаще – 30% респондентов. Вариант ответа «*не в полной мере*» выбрали 24% опрошенных. Так считают 14,5% женщин и 9,5% мужчин. *Отрицательно* ответили 16,5% опрошенных респондентов. Следует отметить, что у мужчин процент значительно выше – 13%. Скорее всего, это связано с отсутствием

возможностей для карьерного роста, отсутствием перспектив или монотонной работой, которую выполняют в основном мужчины. 8% респондентов ответили *«затрудняюсь ответить»*. Здесь разница между группами следующая: 2,5% женщин и 5,5% мужчин.

Затем мы хотели узнать, при каких условиях работники согласились бы на повышение в должности в своей организации. Так, почти треть опрошенных выбрали вариант *«если будет более высокая оплата труда»*. Здесь решающим большинством были мужчины, 35,5% респондентов выбрали данный вариант ответа. *«Если новая работа даст мне больше самостоятельности»* выбрали 17,5% респондентов. Соотношение мужчин и женщин незначительно: 8,5% и 9% соответственно. 12% респондентов выбрали такой вариант, как *«при всех случаях я бы предпочел (ла) остаться на той работе, к которой привык (ла)»*. Данный вариант ответа наиболее популярен среди женщин и составляет 9%. Всего 8,5% опрошенных отметили *«возможность проявить свои способности»*. Так считает 6,5% женщин и лишь 2% мужчин. Вариант ответа *«другое»* выбрали 1,5% респондентов. Респонденты указывали такие условия, как *«если новая работа даст мне что-то новое, познания, навыки»*, а также *«благоприятный климат в коллективе»*. Таким образом, основным условием для повышения в должности является материальная составляющая трудовой деятельности. Это говорит о том, что работники

Следующим был вопрос: *«Применяет ли Ваш работодатель систему стимулирования?»*. Более трети опрошенных респондентов (69,5%) дали *положительный ответ*. Следует отметить, что данный ответ популярен как среди женщин (36%), так и среди мужчин (33,5%). *Отрицательно* ответили лишь 17,5% респондентов. Ответы по группам примерно равные (8,5% женщин и 9% мужчин). *Затруднились ответить* 13% опрошенных. Скорее всего, это связано с тем, что сотрудники недавно были устроены и еще не знают о методах стимулирования, применяемых работодателем.

Далее респондентам был задан вопрос, который позволил нам узнать, в чем проявляется система стимулирования работодателем. Так, 30% опрошенных выбрали *материальное вознаграждение*. Здесь мужчины и женщины отмечали примерно одинаково (12,5% и 17,5% соответственно). «*В моральном удовлетворении*» считает 29% респондентов. Следует отметить, что разница между группами практически отсутствует: 14% женщин и 15% мужчин. 8% респондентов выбрали такой вариант, как «*в применении мер административного воздействия*», причем данный вариант чаще встречается у женщин – 5%. Затруднились ответить на данный вопрос 13,5% опрошенных, большую часть которых составили мужчины (8%). Также респондентам был предложен вариант «*другое*», его отметили 0,5% опрошенных. Респондент указал два метода одновременно – это материальное и моральное стимулирование, что полностью совпадает с предложенными вариантами ответов. Следует отметить, что материальное и моральное вознаграждение находится практически в равном соотношении. Из этого следует, что работодатель не ограничивается одним методом, и старается всячески мотивировать своих сотрудников, так как к каждому работнику нужен свой подход.

В ходе исследования мы попытались выяснить, в какой степени и как действуют на работника определенные факторы стимулирования к творческой активности по следующей шкале: «*совершенно не действуют*» – «*действуют незначительно*» – «*действуют существенно*» – «*затрудняюсь ответить*». Было установлено следующее распределение.

Материальное вознаграждение. 85% опрошенных отметили, что данный фактор оказывает существенное влияние. По половому признаку различий практически не наблюдается, 40% женщин и 45% мужчин. «*Действует незначительно*» выбрали 9,5% респондентов, при этом женщины отмечали данный вариант почти в 2 раза чаще (6%). «*Совершенно не действует*» выбрали 3,5% опрошенных. Следует отметить, что так

считают только женщины. *Затруднились ответить* 2% респондентов (по 1% каждый).

Моральное вознаграждение (поощрение грамотами, благодарностью). 41,5% опрошенных выбрали вариант «действует незначительно». Большую часть респондентов составили женщины – 25,5%. Вариант «совершенно не действует» отметили 32,5% респондентов. Как оказалось, данный фактор более всего не действует на мужчин, его отметили 25% опрошенных. 22% респондентов выбрали вариант «действует существенно». По данному фактору разница значительно различается: 17,5% женщин и 4,5% мужчин. *Затруднились ответить* 4% респондентов, которых составили преимущественно мужчины.

Меры административного воздействия (принуждение). 45,5% опрошенных считают, что данный фактор «действует существенно». Большее влияние данный фактор оказывает на женщин, его отметили 28,5% респондентов. Вариант «действует незначительно» респонденты отметили в равном соотношении: мужчины и женщины по 13%. 20% опрошенных респондентов отметили «совершенно не действует», при этом данный фактор больше не действует на мужчин (13,5%), нежели на женщин (6,5%). *Затруднились ответить* 8,5% опрошенных респондентов, большую часть которых составили также мужчины – 6%.

Трудовой настрой коллектива. Половина опрошенных респондентов отметила, что данный фактор «совершенно не действует». Следует отметить, что мужчины выбрали данный вариант гораздо чаще (33%). Вариант «действует существенно» отметили 26% респондентов, здесь большую часть составили женщины – 20%. 16,5% опрошенных считают, что трудовой настрой коллектива «действует незначительно». По данному фактору различия существенны: 12% женщин и 4,5% мужчин. *Затруднились ответить* на данный вопрос 7,5% опрошенных респондентов.

Экономические нововведения в организации. 35% респондентов считают, что такой фактор *«совершенно не действует»*. Данный вариант ответа выбрал 23,5% мужчин и 11,5% женщин. *«Действует незначительно»* отметили 25% опрошенных, большую часть которых составили женщины – 16%. Экономические нововведения в организации оказывают *существенное влияние* только на 15% респондентов. Так отметили 12,5% женщин и лишь 2,5% мужчин. *Затруднились ответить* на данный вопрос 25% опрошенных респондентов. Ответы по группам практически не отличаются и составляют 10,5% у женщин и 14,5% у мужчин.

Боязнь потерять работу. Более половины респондентов (54%) отметили, что данный фактор оказывает *существенное влияние*. Причем больше влияет на женщин (32,5%), чем на мужчин (21,5%). Вариант ответа *«действует незначительно»* выбрали 22,5% опрошенных респондентов, среди которых подавляющее большинство – мужчины (15,5%). Боязнь потерять работу оказалась *совершенно не действенной* для 16,5% респондентов. Здесь соотношение мужчин и женщин практически не различается (8% и 8,5% соответственно). *Затруднились ответить* на данный вопрос всего 7% респондентов.

Элементы состязательности. Так, 56% опрошенных респондентов считают, что элементы состязательности *совершенно не действуют* на творческую активность работников. Среди мужчин данный вариант был выбран чаще, чем среди женщин (33,5% и 22,5% соответственно). Вариант ответа *«действует незначительно»* отметили 19,5% опрошенных, большую часть которых составили женщины – 12,5%. *Существенное влияние* данный фактор оказывает на 10,5% женщин и всего на 2% мужчин. Вариант ответа *«затрудняюсь ответить»* выбрали 12% опрошенных. Здесь ответы по группам практически в равных соотношениях: 7% мужчин и 5% женщин.

Таким образом, главными факторами, которые оказывают существенное влияние на творческую активность работников, являются

материальное вознаграждение, а также боязнь потерять работу. Следует отметить, что эти факторы популярны как среди молодежи, так и среди старшего поколения.

Далее мы предложили респондентам оценить уровень материального вознаграждения работодателем в своей организации по 5-ти бальной шкале. Как выяснилось, большая часть опрошенных (27%) отметили такой уровень на «3», что можно считать средним уровнем материального вознаграждения. Совсем низкий уровень отметили 23,5% респондентов. Так оценили 18% мужчин и 5,5% женщин. На «2» оценили 24,5% опрошенных респондентов. Разница по половому признаку практически отсутствует: 12,5% женщин и 12% мужчин отметили данный вариант ответа. *Хороший уровень* материального стимулирования имеет 17,5% работодателей. Среди женщин данный уровень выше (11%), чем среди мужчин (6,5%). *Отличный уровень* отметили лишь 7,5% опрошенных респондентов, среди них: 5% составили женщины и 2,5% – мужчины.

Затем респонденты оценили уровень морального стимулирования работодателем (похвала, поощрение грамотами, благодарность). Так, 30% опрошенных респондентов оценили уровень морального вознаграждения на «4». Соотношение опрошенных оказалось практически равным: 14,5% женщин и 15,5% мужчин. *Отличный уровень* отметили 26,5% респондентов. Здесь соотношение почти не изменилось: 11,5% женщин и 15% мужчин. На «3» оценили 21,5% респондентов, большую часть которых составили мужчины – 12%. Самый *низкий уровень* морального стимулирования имеет 13% работодателей. Следует отметить, что процент женщин выше и составляет 10%. На «2» оценили лишь 9% респондентов. Распределение по полу оказалось почти равным (4% женщин и 5% мужчин).

Подводя итог по данному исследованию, следует отметить, что главным фактором в трудовой деятельности выступают творческие способности. Творческая активность персонала – это один из критериев

успешности многих организаций, которые стремятся к длительному существованию и развитию. Зарубежный опыт свидетельствует о том, что творческая активность персонала может существенно влиять на результаты деятельности как самих работников, так и всей организации.

Выдвинутые на подготовительном этапе гипотезы в ходе исследования были частично или полностью подтверждены. Так, было установлено, что на творческую активность более всего влияет материальное вознаграждение. Также в ходе исследования мы выяснили, что такие факторы, как *боязнь потерять работу и меры административного воздействия* в свою очередь оказывают существенное влияние на активность персонала. Творческую активность в работе организации проявляют чаще женщины, нежели мужчины; молодежь, нежели старшее поколение. Результаты исследования показали, что творческую активность семейные люди проявляют в меньшей степени. В свою очередь, по мере увеличения стажа работника наблюдается снижение творческой активности персонала. Но, как оказалось, работники, имеющие стаж 3-4 года, также проявляют высокий уровень творческой активности.

Таким образом, можно отметить важную роль творческой активности в деятельности организации. Для того чтобы достичь поставленных целей и реализовать их, получить хорошие результаты и определенные преимущества, необходимо иметь представления о том, как оценить и использовать творческие способности персонала. Выходит, что для их активизации требуется создание и поддержание особых условий в любом виде деятельности. Главная цель состоит в том, чтобы у работников появился побуждающий фактор, который поможет создать новые продукты деятельности или сгенерировать идею. Вместе с тем без активности персонала трудно справляться с непрекращающимся потоком новых задач, реализовывать стратегические проекты.

2.2. Оценка творческой активности работников: экспертный опрос

В современном мире основным капиталом предприятия и одним из главных факторов его эффективной деятельности являются не производство и технологии, а люди. И в качестве важнейшего конкурентного преимущества выступают не материальные или физические, а человеческие ресурсы – работники с их неограниченными возможностями.

Сегодня в условиях инновационного развития экономики особо востребован новаторский, творческий труд, который способствует непрерывному развитию и поддержанию конкурентоспособности организации, обеспечению роста экономики, общественному развитию. Инновационная деятельность и достижение высоких результатов становятся невозможными без творчески активных людей.

В целях изучения факторов творческой активности персонала было проведено исследование с использованием метода экспертного интервью. В опросе приняли участие следующие специалисты: директора маркетинговых и торговых компаний, директор образовательного учреждения, руководитель туристического агентства, управляющий компанией информационных услуг и заведующая терапевтическим отделением в городской больнице.

Первый вопрос, который был задан специалистам, касался понимания сущности творческой активности. Следует отметить, что ответы специалистов во многом схожи, они отмечают уникальность человеческого ресурса и важность творческой активности в трудовой сфере. Так, директор маркетинговой компании ООО «ПРОМЭНЕРГОКОМФОРТ», Крымсалова Виктория, отвечает: *«Творческая активность – это активность человека, которая проявляется в процессе создания материальных и духовных ценностей, отличающихся новизной, оригинальностью, уникальностью. Творческую активность можно повысить, проводя тематические конкурсы, соревнования, деловые игры, тренинги».*

Директор торговой компании ООО «Евразия-дизайн», Жупикова Оксана: *«Творческая активность – это, прежде всего, активность человека, сотрудников, которая проявляется в процессе создания новых идей, целей. В нашей сфере деятельности она особенно актуальна и, конечно же, приветствуется».*

Директор школы №88, Михайлов Леонид: *«Творческая активность – это процесс человеческой деятельности, направленный на творческую составляющую, а также создание новых продуктов деятельности. Чтобы повысить творческую активность необходимо ставить общие цели, к достижению которых будет идти весь коллектив».*

Немного иная трактовка творческой активности у администратора в компании ООО «ТВОЕ», Ларионова Андрея: *«Творческая активность – это деятельность, направленная на раскрытие творческого потенциала личности».*

Соруководитель компании ООО «Апельсин ПРОМО», Сивакова Екатерина: *«Творческая активность – это активное участие в жизни коллектива, а также деятельность человека по созданию качественно новых продуктов деятельности».*

А вот что ответил нам руководитель туристического агентства «ГЛ-ТУР», Прохоров Владимир: *«Творческая активность – это способность человека самостоятельно принимать решения в поставленной перед ним задачей, находя нестандартные приемы. Для повышения творческой активности необходимо развивать свои знания и применять их на практике».* Похожее мнение у руководителя компании ООО «РА Шоколад», Павловой Надежды. Она считает, что творческая активность, несомненно, важна, и проявляется во всех сферах общественной жизни.

В медицинской сфере услуг совершенно иное понимание сущности творческой активности. Заведующая терапевтическим отделением в

городской больнице, Климанова Наталья отмечает: *«Творческая активность – это активное занятие творческой деятельностью».*

Далее мы решили узнать, как наши эксперты относятся к проявлению творческой активности своих сотрудников. Ответы специалистов полностью совпадают: все руководители положительно относятся к творческой активности сотрудников. Действительно, творческая активность сотрудников – важный момент в деятельности любой организации. Каждый руководитель стремится достичь высокого уровня активности персонала, применяя различные тактики и стратегии взаимодействия.

Руководитель компании «РА Шоколад», Павлова Надежда: *«Положительно, но в условиях жесткого регламента всегда нужно контролировать персонал. Каждый сотрудник уникален, и его проявления зависят от множества факторов».*

Крымсалова Виктория, директор компании ООО «ПРОМЭНЕРГОКОМФОРТ»: *«Положительно. Чем выше творческая активность, тем выше производительность труда. Как правило, сотрудники лучше проявляют себя, когда чувствуют стабильность».*

Руководитель туристического агентства ТЛ-ТУР, Прохоров Владимир: *«Положительно, очень приятно, когда сотрудники хотят привнести что-то, показать себя, раскрыть свои возможности».*

Также мы узнали у наших экспертов, как часто персонал проявляет творческую активность. В разных организациях, соответственно, разный уровень творческой активности персонала. Поэтому специалисты подчеркивают, чтобы сотрудники как можно чаще проявили творческую активность.

Администратор в компании «ТВОЕ», Ларионов Андрей: *«Конечно, положительно. Но наши сотрудники очень редко проявляют активность, поэтому приходится брать инициативу на себя».*

Соруководитель компании «Апельсин ПРОМО», Сивакова Екатерина: *«Положительно, мы всегда стремимся к тому, чтобы сотрудники чаще проявляли себя. И в нашей компании можно отметить высокую активность персонала».*

Руководитель компании «Консультант ПЛЮС», Кацин А.М.: *«В целом положительно. Но не всегда есть возможности для творческой активности, так как в нашей компании существует строгий регламент, который необходимо соблюдать. Соответственно, сотрудники проявляют активность всегда, когда это возможно».*

Управляющая компанией «Gloria Jeans», Туваева Виктория: *«Как и любой другой руководитель, конечно, положительно. Творческая активность – важный аспект торговой деятельности, и мы всегда рады, когда активных сотрудников много».*

Третий вопрос, который был задан экспертам, звучал так: «Поощряете ли Вы использование инициативы Ваших сотрудников? Каким образом?». Как выяснилось, более половины экспертов применяют различные факторы стимулирования и поощрения персонала. Эксперты положительно отзываются о таких сотрудниках и стараются всячески поощрять их.

Руководитель компании «ПРОЭНЕРГОКОМФОРТ», Крымсалова Виктория: *«Да, разумеется. Мы выдаем ежемесячные премии таким сотрудникам, а также в качестве дополнительного бонуса – выходной день».*

Прохоров Владимир, руководитель туристического агентства ТЛ-ТУР: *«К работникам, которые используют инициативу во благо отношение благосклоннее. При возможности поощряем материально».*

Соруководитель компании «Апельсин ПРОМО», Сивакова Екатерина: *«Конечно, таких сотрудников стоит поощрять. Для самых активных это выплаты небольших премий, а также публичное озвучивание благодарности».*

Руководитель компании «РА Шоколад», Павлова Надежда: *«Да, конечно, но любые действия вне регламента должны быть согласованы. В качестве поощрения применяем похвалу».*

Но, как мы выяснили, не во всех организациях инициатива приветствуется и, следовательно, поощряется. Так, руководитель компании «Консультант ПЛЮС», Кацин Александр сообщает, что при наличии жесткого регламента инициатива невозможна. Подобную ситуацию можно проследить и в медицинской сфере услуг. Климанова Н.Г.: *«Можно сказать, что в медицинской сфере инициатива вовсе не проявляется, т.к. все сотрудники следуют прямым обязанностям».*

Таким образом, инициатива – неотъемлемая часть работы многих специалистов. Личная инициатива сотрудников нередко приветствуется и поощряется, если она не расходится с правилами данной структуры и корпоративной культурой в частности.

Затем мы попытались выяснить, как руководители стимулируют своих сотрудников. Рассматривая данный вопрос, следует обратиться к результатам анкетирования. Респонденты отмечали высокий уровень материального и морального стимулирования работодателем. С точки зрения респондентов, руководители чаще применяют материальное стимулирование в организации, а также неоднократно выражают слова благодарности и положительные отзывы перед коллективом. В свою очередь, в ходе исследования мы выяснили, что эксперты применяют несколько видов стимулирования, так как к каждому работнику нужен свой подход. Среди них можно выделить такие, как материальное, моральное вознаграждение и меры административного воздействия.

Руководитель компании ООО «Gloria Jeans», Туваева Виктория: *«...применяем различные виды стимулирования, в частности нематериальное. Также предусматривается система выплат по окончании месяца. Это премии для тех, кто показал наилучшие результаты за месяц. Я*

считаю, что этот фактор более действенный, так как сотрудники начинают соревноваться, стараются больше себя проявить».

Директор компании «Евразия-дизайн», Жупикова О.В.: «В нашей компании предусмотрены выплаты процентов по окончании месяца, то есть премии. Премия выдается каждому сотруднику, но эквивалент зависит от активности персонала: чем активнее сотрудники, тем выше премия. Также всегда стараемся публично поблагодарить и похвалить сотрудников. Очень часто устраиваем для сотрудников корпоративы, это помогает сплотить коллектив в единое целое».

В маркетинговых компаниях можно заметить активное стимулирование своих сотрудников. Сивакова Е.И., руководитель компании «Апельсин ПРОМО»: «В компании предусмотрены денежные выплаты – это премии в конце месяца. За активное участие выдаются грамоты, выражается благодарность самым активным сотрудникам. В некоторых случаях в качестве «приза» выдаются билеты в кинотеатр».

Руководитель туристического агентства ТЛ-ТУР, Прохоров В.В. также применяет материальное стимулирование в качестве основного стимулирования сотрудников. В компании применяют сдельную оплату труда, то есть работники получают проценты от продаж.

Следует отметить, что практически все специалисты базируются на применении материального и одновременно морального стимулирования творческой активности персонала. Таковыми являются маркетинговые, торговые и туристические компании сферы услуг.

В образовательных и медицинских учреждениях для работников предусмотрены стимулирующие выплаты – всевозможные премии и надбавки, которыми поощряют особо ценных и опытных сотрудников.

Совершенно иная система стимулирования применяется в компании Кацина А.М. «Консультант ПЛЮС». Работы в компании основывается на окладной системе. Никаких поощрений для работников не предусмотрено,

так как за свою деятельность персонал получает заработную плату. Если вернуться к результатам анкетного опроса, то можно заметить, что работники информационной сферы услуг также отмечали отсутствие стимулирования со стороны руководителя.

Следующий вопрос «Чем или какими еще способами, на Ваш взгляд, можно замотивировать сотрудников? Насколько это важно?» оказался тесно связан с предыдущим. Специалисты отмечают особую важность мотивации сотрудников, так как они являются источником наибольшего потенциала успешности компании. Любая организация заинтересована в получении наибольшей отдачи от работников, поэтому уровень мотивации и то, как компания работает с мотивацией своих сотрудников, является критически важным условием для достижения успеха.

Руководитель компании «ПРОМЭНЕРГОКОМФОРТ» Крымсалова В.М.: *«Необходимо создать и поддерживать особую корпоративную среду в коллективе, чтобы сотрудник хотел развиваться и проявлять себя, а также придерживаться демократичного стиля управления. Поддерживать новые проекты, доверительно относиться к сотрудникам».* В свою очередь, Виктория Михайловна добавляет, что мотивация сотрудников – важный момент, так как чем выше творческая активность, тем выше производительность труда и, соответственно, прибыль предприятия.

Ларионов А.А., администратор в компании «ТВОЕ» также отмечает важность мотивации сотрудников и предлагает в качестве дополнительного способа мотивации соревновательные конкурсы, поощряемые денежным эквивалентом.

Соруководитель компании «Апельсин ПРОМО», Сивакова Е.И.: *«Я думаю, что необходимо как можно чаще устраивать корпоративы, различные конкурсы, так как именно в неофициальной обстановке можно заметить, как раскрывается человек, его способности. На мой взгляд, это*

очень важно, поскольку у человека появляется заинтересованность в рабочей деятельности и в жизни коллектива».

Руководитель компании «РА Шоколад», Павлова Н.А.: «Конечно, материальным вознаграждением, а также проведением конкурсов и состязаний, основанных на работе и оценивающих результаты и качество проделанной работы».

В качестве дополнительного способа мотивации Прохоров В.В., руководитель туристического агентства ТЛ-ТУР предлагает расширение социального пакета, который предусматривает оплату тренингов и дополнительных курсов, бассейнов и фитнес залов, а также всевозможные льготы.

Директор школы №88, Михайлов Л.В.: «...использовать льготы, дополнительные премии, различные виды награждения, пробудить «корпоративный патриотизм», участвуя в состязаниях, конкурсах и т.д.».

Таким образом, для развития организации большое значение имеет работоспособность сотрудников, их желание и способность полностью отдавать себя поставленной задаче. В связи с этим наши специалисты отмечают не только материальную составляющую, но и такие виды стимулирования, как участие в конкурсах, проведение состязаний, корпоративов.

«Как Вы считаете, удовлетворены ли Ваши сотрудники мерами стимулирования творческой активности?», – так звучал следующий вопрос, заданный экспертам.

Крымсалова В.М., руководитель компании «ПРОМЭНЕРГОКОМФОРТ»: *«Я считаю, что никогда не будет людей, которые были бы полностью удовлетворены мерами стимулирования. На мой взгляд, в нашей компании большинство сотрудников устраивают те методы, которые мы применяем. В противном случае, была бы жесткая текучка кадров».*

По мнению Прохорова В.В., руководителя туристического агентства ТЛ-ТУР, сотрудники удовлетворены не в полной мере. *«На данный момент компания процветает, и я считаю, что применение каких-либо других методов стимулирования не требуется»*, – так сообщает нам Владимир Вячеславович.

Администратор в компании «ТВОЕ», Ларионов А.А.: *«Я считаю, что наши сотрудники не удовлетворены, так как помимо низкого уровня творческой активности персонала существует высокий уровень текучести кадров»*.

Управляющая компанией «Gloria Jeans», Туваева В.В.: *«Я считаю, что все работники удовлетворены мерами стимулирования творческой активности, так как у нас достаточно сплоченный коллектив, у которого единая цель. В противном случае сотрудники увольняются и находят другую работу, которая будет удовлетворять их потребности»*.

Соруководитель компании «Апельсин ПРОМО», Сивакова Е.И. также считает, что все творчески активные сотрудники, конечно же, удовлетворены. Для менее активных сотрудников Екатерина Игоревна выразила пожелание активизироваться и также получать бонусы за свою работу.

Заведующая терапевтическим отделением городской больницы, Климанова Н.Г.: *«Я считаю, что сотрудники удовлетворены не в полной мере, так как есть сотрудники, которым всегда хочется большего»*.

Следовательно, можно сделать вывод, что существующая система стимулирования в организациях не в полной мере мотивирует сотрудников. Скорее всего, это может быть связано с тем, что руководители делают акцент на коллективный подход, в котором ищутся командные игроки и вознаграждаются, соответственно, командные усилия. С другой стороны, вознаграждение и полученные результаты не связаны, либо связаны так, полученное вознаграждение не соответствует потраченным усилиям. Однако

есть организации, в которых сотрудники в полной мере удовлетворены методами стимулирования творческой активности. Это может быть связано с тем, что в разных организациях, разных сферах деятельности – разные потребности, разные стили руководства и собственно руководители, у которых свой подход к мотивации сотрудников.

В заключение экспертам был задан вопрос: «Как Вы можете оценить уровень творческой активности персонала? Каков он в Вашей организации?». В целом, можно отметить, что практически во всех организациях средний уровень творческой активности персонала.

Ларионов А.А., администратор в компании «ТВОЕ»: *«Активность сотрудников оцениваю на 3 балла из 10. В нашей организации на этом не заостряют особого внимания, так как творческая активность не играет большой роли».* А руководители в компаниях «Евразия-дизайн» и «Gloria Jeans» отмечают достаточно высокий уровень творческой активности персонала.

Руководитель компании «ПРОМЭНЕРГОКОМФОРТ», Крымсалова Виктория: *«Я считаю, что творческую активность можно оценить, если брать в расчет потенциал и время, затраченное на работу, и само собой качество выполненной работы. В нашей организации уровень творческой активности - удовлетворительный».*

Прохоров Владимир, руководитель туристического агентства ТЛ-ТУР: *«Если оценивать по 10 бальной шкале, то творческая активность наших сотрудников может быть оценена на твердую 6».*

Сивакова Е.И., соруководитель компании «Апельсин ПРОМО» рассуждает, что творческая активность чаще проявляется у молодого поколения. Поэтому в данной организации наиболее активна молодежь. Но в основном персонал очень активен, принимает участие во всех творческих заданиях.

У руководителя компании «Консультант ПЛЮС» можно отметить низкий уровень творческой активности персонала. Это и понятно, ввиду жесткого регламента нет возможности часто проявлять свои способности.

Руководитель компании «РА Шоколад», Павлова Надежда: *«Творческую активность можно оценить путем вовлеченности персонала в какой-либо конкурс, задание, а также оценить подход к работе индивидуально каждого. В нашей организации, я считаю, средний уровень творческой активности персонала».*

Таким образом, мы выяснили, что руководители своих организаций применяют различные методы стимулирования творческой активности персонала. Основополагающими являются материальное и моральное вознаграждение для сотрудников всех видов деятельности сферы услуг. Однако не во всех случаях сотрудники «мотивируются» этими методами. Также, следует отметить, что большинство организаций, участвующих в исследовании, имеет невысокий уровень творческой активности персонала, который руководители стремятся повысить.

Следовательно, мотивацию персонала проводят для того, чтобы объединить интересы предприятия и сотрудника. Мотивируя сотрудников, руководители стремятся заинтересовать и привлечь «ценные» кадры, минимизировать потери, выявить и заслуженно наградить лучших сотрудников. «Пути» активизации творческой активности весьма разнообразны. Важно уметь выбрать те из них, особенности которых соответствуют конкретной организации, ее задачам и целям, кадровому составу. Нет универсальных способов для развития творческой активности работников – это, в свою очередь, задача руководителя, которая требует определенного подхода.

Заключение

Инновационная деятельность – это особая форма творчества, которая характеризуется тем, что в качестве результатов выступают успешно реализованные в разных сферах жизнедеятельности общества подходы и идеи, которые именуется инновациями. Инновационную деятельность и творчество обобщает их субъект – креативная личность, которая является движущей силой изменения всех сфер общественной жизни. Креативные сотрудники – инициаторы инноваций, которые приносят большую прибыль для предприятия.

Для инновационной личности, как отмечают современные исследователи, характерна мотивация к инновационной деятельности, возможности для самореализации, терпимость к неопределенности и другие особенности, которые входят в инновационный потенциал личности и обеспечивают ее участие в инновационной деятельности.

В новых экономических условиях мотивация имеет немалое, а порой и решающее значение в успехе бизнеса. Тем не менее, определяющим фактором во многом выступает и моральная заинтересованность людей. При планировании системы мотивации для руководителей в первую очередь важно соблюдать принцип индивидуального подхода, так как благоприятное состояние руководителя – это своего рода стимул для целого коллектива.

Роль мотивации персонала на любом предприятии достаточно велика. Поэтому необходимым условием для работодателя выступает создание таких условий трудовой деятельности, при которых персонал сможет работать с полной отдачей. Главное – грамотно подойти к разработке и внедрению стимулирующих методов.

Для повышения продуктивности сотрудников в трудовой деятельности применяются различные виды стимулирования, при выборе которых руководитель опирается на степень мотивированности коллектива и знание

потребностей. Следует отметить, что материальное стимулирование не всегда является эффективным, поэтому их необходимо комбинировать с рядом других.

Умение мотивировать сотрудников – главное в работе руководителя. Каждый руководитель организации разрабатывает и применяет свои методы стимулирования и повышения творческой активности персонала.

Для большинства сотрудников отличным стимулом выступает соревновательный момент в деятельности организации. Различные конкурсы, состязания смогут повысить интерес к работе, так как дают возможность удовлетворить стремление человека к лидерству.

Однако мотивация сотрудников может снижаться в силу некоторых причин. Например, когда работники не ощущают себя частью компании. По этой причине следует оповещать коллектив о текущих и стратегических целях и задачах организации, планах развития компании и успешно реализованных проектах.

Таким образом, персонал – это исключительный фактор, который имеет творческие способности. Вследствие этого эффективность деятельности любой организации в большей части зависит от способности стимулировать творческую активность персонала и умения активировать этот фактор.

Получается, что творческая активность – это интеллектуальная активность личности, т.е. ее способность генерировать и применять новые и креативные пути решения тех или иных проблем, с использованием знаний, умений и навыков, приобретенных ранее или формирование идей и своевременным предложением творческих инициатив.

Таким образом, мотивация – это процесс создания стимулов и активизация мотивов работников для побуждения их к эффективной деятельности. Система мотивации творческой активности персонала играет большую роль в развитии организации.

Эффективность организации и высокий уровень конкурентноспособности на сегодняшний день обеспечивает именно «человеческий фактор». Поэтому работник – это актив компании, который необходимо использовать должным образом.

Творческий труд – неотъемлемая часть интенсивного развития экономики на предприятиях. Поэтому результатами этого труда выступают научные закономерности, новые конструкторские заключения, физические явления, которые позволяют удовлетворить актуальные потребности покупателей.

Главная задача руководителя – создание всех необходимых условий, в которых работники смогли бы раскрыть и реализовать творческий потенциал. В то же время важно иметь в виду ситуации, при которых осуществляется стимулирование персонала, то есть учитывать не только индивидуальные особенности каждого сотрудника, но и личные мотивы: приоритеты, потребности, интересы.

В ходе проведения социологического исследования были проверены гипотезы, заявленные в программе:

1. Основным стимулом выполнения творческих заданий может послужить продвижение по службе. Данная гипотеза была частично подтверждена. По результатам анкетного опроса работники принимают во внимание и такой фактор, как уровень заработной платы, что, несомненно, также важно.

2. Существует обратная связь между стажем работы и творческой активностью: по мере увеличения стажа работника – снижается его творческая активность. Данная гипотеза также была частично подтверждена. Мы выявили, что спад творческой активности начинается после 1 года работы, затем, по мере увеличения стажа творческая активность набирает высокие результаты и снова снижается у работников со стажем более 5 лет.

3. Семейные люди менее склонны к творческой активности.

Действительно, в ходе исследования был получен положительный результат: семейные люди проявляют творческую активность намного реже, по сравнению с другими категориями работников.

4. На творческую активность более всего влияет материальное вознаграждение. Результаты исследования показали, что основным фактором творческой активности выступает хорошее вознаграждение со стороны работодателя. Данный фактор, как отмечают эксперты, является наиболее действенным для того или иного вида деятельности сферы услуг.

5. К творческой активности больше склонны женщины, нежели мужчины; молодежь, нежели старшее поколение. Данная гипотеза была полностью подтверждена. Действительно, более активным оказалось молодое поколение и в частности женщины.

На основании полученных данных могут быть предложены следующие рекомендации по повышению творческой активности персонала:

1. Совершенствование корпоративной культуры организации. Качество и продуктивность работы во многом зависят от морально-психологического климата организации, от желания самих сотрудников, от их заряженности на хорошую работу.

2. Проведение различных тренингов, семинаров, стратегических сессий. Так, воодушевленные сотрудники решают «жить по-новому», принимают новые стратегии поведения и работы, повышая тем самым свою активность.

3. Обеспечение сотрудникам организации соответствующих условий трудовой деятельности, а также точная постановка цели, состоящей из ряда выполнимых задач, которые должны быть доведены до сотрудников и приняты ими. Сотрудники, понимающие цели своей деятельности, всегда нацелены на получение определенного результата.

4. Залог успеха – поведение, цели и установки руководителя. Сотрудники всегда обращают внимание на поведение лидера. Руководителю

структуры должно быть свойственно единство слова и дела. Настоящий лидер постоянно всем своим видом показывает, что он верит в то, что делает сам, и поэтому заставляет делать других, поскольку это путь к успеху и совершенствованию.

Подводя итоги, можно утверждать, что творческая активность – это вид трудовой активности, который тесно связан с инновационной деятельностью организации. Он характеризуется вовлеченностью сотрудников в инновационные процессы (создание новых продуктов, технологий, методов и инструментов). Трудовая активность играет очень важную роль в развитии как отдельного предприятия, так и организации в целом.

Список используемой литературы и источников

1. Арутюнова, Д. В. Инновационный менеджмент: учебное пособие. – Ростов-на-Дону: Издательство ЮФУ, 2014. – 152 с.
2. Афанасьев, В. В. Отечественный и зарубежный опыт персонификации в системе дополнительного профессионального образования [Электронный ресурс] / В. В. Афанасьева [и др.] – Режим доступа: <http://research-journal.org/pedagogy/otechestvennyj-i-zarubezhnyj-opyt-personifikacii-v-sisteme-dopolnitelnogo-professionalnogo-obrazovaniya/> (Дата обращения: 30.10.2016 г.).
3. Бареев, Т. Ф. Сущность и границы использования понятия «инновация» / Т. Ф. Бареев // Экономические науки. – 2012. – №8 (93). – С. 62-64.
4. Батыгин, Г. С. Структурный функционализм Толкотта Парсонса / Г.С. Батыгин // Вестник РУДН. – 2003. – №4-5. – С. 6-34.
5. Большой латинско-русский словарь [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://linguaeterna.com/vocabula/> (Дата обращения: 30.09.2016 г.).
6. Винокуров, В. И. Основные термины и определения в сфере инноваций [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.logistics.ru/9/2/i20_27377p0.htm (Дата обращения: 30.09.2016 г.).
7. Горелов, А.А. Социология в вопросах и ответах. – М.: Эксмо, 2009. – 316 с.
8. Денисов, Г. А. Инновации: отечественный И зарубежный опыт (анализ, финансирование, стимулирование) / Г. А. Денисов, М. И. Каменецкий, В. В. Остапенко. – М.: МАКС Пресс, 2001. – 284 с.
9. Деркач, А.А. Акмеологические основы развития профессионала. – М.: Издательство Моск. психол.-соц. института; Воронеж: НПО МОДЭК, 2004. – 752 с.

- 10.Добренъков, В. И. Социология: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям социологии / В. И. Добренъков, А.И. Кравченко; Моск. гос. университет им. М. В. Ломоносова. – М.: Инфра-М, 2001. – 624 с.
- 11.Дюркгейм, Э. Социология образования / Под ред. В. С. Собкина и В.Я. Нечаева. – М.: ИНТОР, 1996. – 80 с.
- 12.Желнина Е. В. Теоретико-методологический анализ понятия «инновации» в изучении инновационной активности промышленного предприятия // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2014. – №11 (ноябрь). – С. 56-60.
- 13.Казанцев, А. К. Основы инновационного менеджмента. Теория и практика: Учебник / Л.С. Барютин и др., под ред. А.К. Казанцева, Л.Э. Миндели. 2-е изд. перераб. и доп. – М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2004. – 518 с.
- 14.Карпова, Ю. А. Введение в социологию инноватики: учеб. пособие. – СПб.:Питер, 2004. – 168 с.
- 15.Козер, Л. Функции социального конфликта. – М.: Идея-Пресс, Дом интеллектуальной книги (ДИК), 2000. – 208 с.
- 16.Кравченко, А. И. Социология: Хрестоматия для вузов. – М.: Академический проект: Деловая книга, 2010. –734с.
- 17.Крупнейший сборник онлайн словарей [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.onlinedics.ru/slovar/soc.html> (Дата обращения: 01.10.2016 г.).
- 18.Кули, Ч. Человеческая природа и социальный порядок. – М.: Идея Пресс, 2000. – 320 с.
- 19.Мертон, Р. К. Социальная теория и социальная структура / Р. К. Мертон. – М.: АСТ, Хранитель, 2010. – 880 С.
- 20.Мухамедьяров, А. М. Инновационный менеджмент: учебное пособие. –2-е издание. – Москва: ИНФРА-М, 2008. – 135 с.

21. Нестеров, А. В. Инновации – системный подход / А. В. Нестеров // Компетентность. – 2007. – № 6 (47). – С. 4-13.
22. Никольская, А. А. Инновационная активность высших учебных заведений: оценка и использование при определении конкурентоспособности: автореф. кандидат экономических наук / А. А. Никольская. – Ярославль, 2012. – 23 с.
23. Новиков, В. И. Человеческий капитал в России: реалии и перспективы [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.intelros.ru/readroom/mir-i-politika/m6-2012/14910-chelovecheskiy-kapital-v-rossii-realii-i-perspektivu.html> (Дата обращения: 02.10.2016 г.).
24. Новый англо-русский словарь В.К. Мюллера [Электронный ресурс] – Режим доступа: [http://www.rambler.ru /dict /enru/](http://www.rambler.ru/dict/enru/) (Дата обращения: 30.09.2016 г.).
25. Парсонс, Т. Система современных сообществ / Пер. с англ. Л. А. Седова и А. Д. Ковалева. Под ред. М. С. Ковалевой. – М.: Аспект Пресс, 1998. – 270 с.
26. Парсонс, Т. О структуре социального действия. – М.: Академический проект, 2002. – 880 с.
27. Парсонс, Т. Понятие общества: компоненты и их взаимоотношения / Т. Парсонс // THESIS. – Весна, 2012. – Т. 1. Вып. 2. – С. 94-122.
28. Паршутина, И. Г. Влияние личностного фактора на инновационный потенциал современной организации / И. Г. Паршутина, Т. М. Анурина, Д. А. Щекотихина // ИнВестРегион. – 2012. – № 3. – С. 28-34.
29. Петровский, В. А. Личность в психологии: Парадигма субъектности: учеб. пособие для студ. вузов. – Ростов-на-Дону: Феникс, 1996. – 512 с.
30. Поляков, С. Д. Педагогическая инноватика: от идеи до практики. – М.: Центр «Педагогический поиск», 2007. – 352 с.
31. Пригожин, А. И. Нововведения в организациях: стимулы и препятствия. – М.: Наука, 1989. – 272 с.

32. Развитие инновационной культуры предприятия [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://constructor.ru/uspeh/razvitie-innovacionnoj-kultury-predpriyatiya.html> (Дата обращения: 01.10.2016 г.).
33. Саксина, Н. Н. Активность персонала как фактор инновационной деятельности предприятия / Н. Н. Саксина, С. А. Бабенко // Перспективы науки и образования. – 2013. – №5. – С.219-220.
34. Свободная энциклопедия «Википедия» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org> (Дата обращения: 03.10.2016 г.).
35. Семенихина, В. А. Человеческий капитал как фактор инновационного развития России: материалы Всероссийской конференции преподавателей и научных работников технических вузов (Новосибирск, 15–17 апр. 2014 г.) / Новосибирский государственный архитектурно-строительный университет – Новосибирск: НГАСУ (Сибстрин), 2014. – 176 с.
36. Сорокин, П. А. Человек. Цивилизация. Общество. – М.: Издательство политической литературы, 1992. – 543 с.
37. Социология, политология [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://socipolit.ru/ponyatie-sotsiologii> (Дата обращения: 02.10.2016 г.).
38. Теория конфликта // Социология [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.studfiles.ru/preview/1445575/page:26/> (Дата обращения: 15.10.2016 г.).
39. Фахрисламов, В. Г. Управление инновационным потенциалом организации – фактор конкурентоспособности / В.Г. Фахрисламов, С.Г. Фахрисламова // Конференция «Молодежь и наука» 2012. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://conf.sfu-kras.ru/sites/mn2012/thesis/s005/s005-158.pdf> (Дата обращения: 07.10.2016 г.).
40. Федеральный закон от 21 июля 2011 г. N 254-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О науке и государственной научно-технической

47. Шумпетер, Й. А. Теория экономического развития. – М.: Эксмо, 2007. – 862 с.
48. Щадриков, В. Д. Проблемы системогенеза профессиональной деятельности. – М.: Наука, 2012. – 185 с.
49. Юнг, К. Г. Психологические типы. – М.: АСТ, Харвест, 2006. – 766 с.
50. Trembath, A. Innovation and It's Enemies: Why People Resist New Technologies / Calestous Juma. – New York, NY: Oxford University Press, 2016. – 432 pp.

Приложения

Приложение 1

Программа социологического исследования по теме: «Факторы стимулирования работников сферы услуг»

Методологический раздел

Обоснование проблемы исследования. На сегодняшний день уровень развития страны неразрывно связан со степенью внедрения инноваций. Реализация инновационного потенциала определяется уровнем инновационной активности предприятия, которая характеризует степень участия предприятия в осуществлении инновационной деятельности в целом или отдельных ее видов в течение определенного периода времени.

Инновационная деятельность представляет собой процесс осуществления стратегического маркетинга, проведения научно-исследовательских и опытно-конструкторских разработок (НИОКР), организационно технологической подготовке производства, осуществление самого производства и оформление новшеств, их внедрению и распространению в другие сферы. Значение инновационной активности заключается в том, что с помощью нее можно оценить особенности инновационной деятельности.

В процессе внедрения инноваций на российских предприятиях существует множество препятствий, которые снижают их уровень инновационной активности. Важным аспектом в данном вопросе является уровень затрат на исследования и разработки. Инвестиции являются своеобразным катализатором научных исследований, что особенно важно в условиях превращения науки в непосредственную производительную силу общества.

Следует отметить, что необходимо инвестировать не только процесс разработки и внедрения инноваций в производственную деятельность, инвестировать само производство, но и применять различные методы стимулирования работников, повышая тем самым активность в деятельности организации.

Активность в деятельности организации – это такая ее характеристика, которая показывает взаимосвязь между планируемым содержанием работы и ее результатами, так как инновационная деятельность дает и положительный, и отрицательный результат. Но по какой причине при одних и тех же целях, задачах, тактиках, ресурсах у разных управляющих – разные результаты? В этом и кроется разный уровень инновационной активности организации.

Поэтому нам необходимо выяснить мотивы, которых придерживаются члены творческой деятельности. К ним относятся участники, которые сами заинтересованы в процессе деятельности. Это могут быть способные одаренные личности, которые не могут существовать, не придумывая что-то новое, оригинальное. К таким также можно отнести и сотрудников, которыми движет мотив, связанный с желанием приобрести поощрение за выдвинутые идеи, за свой вклад и выполнение задач, поставленных руководством.

Инновационная активность – это независимая категория. С ее помощью можно оценить характер инновационной деятельности. Она определяется предметом и структурой определенных действий, совершаемых по конкретным технологиям.

На сегодняшний день появляется необходимость провести достоверный анализ инновационной активности организации, который является главной задачей для любого предприятия. Проблема повышения инновационной активности предприятия сложна, многоаспектна и значима в

процессе роста эффективности деятельности предприятия и экономического роста страны.

Данное исследование направлено на изучение влияния различных факторов на инновационную активность работников сферы услуг.

Целью исследования является изучение факторов, оказывающих влияние на творческую активность работников сферы услуг.

Исходя из цели, можно выделить следующие **задачи**:

- 1) Выявить отношение работников организации к внедрению инновационных технологий;
- 2) Выявить факторы, побуждающие работников сферы услуг выполнять творческие задания от руководителей;
- 3) Рассмотреть условия инновационной деятельности, созданные на предприятии;
- 4) Проанализировать полученные данные и сделать соответствующие выводы.

Объектом исследования являются работники сферы услуг.

Предмет исследования – факторы стимулирования к творческой активности работников сферы услуг.

Системный анализ объекта исследования

Блок 1. *Социально-демографические характеристики респондентов:*

- пол;
- возраст;
- семейное положение;
- вид деятельности;
- стаж работы;
- образование.

Блок 2. *Характеристики творческой активности:*

- знания персонала об инновационной деятельности;
- умения и навыки выполнения творческих заданий;
- факт выполнения творческого задания.

Блок 3. *Субъективные аспекты деятельности:*

- степень удовлетворенности работой;
- отношение работников организации к творческой активности;
- интерес к творческим заданиям;
- стимулы и мотивы выполнения творческих заданий.

Блок 4. *Оценка внешних условий:*

- влияние инновационной деятельности на развитии организации;
- возможность работников сферы услуг выполнять творческие задания.

Гипотезы социологического исследования

Гипотеза 1: основным стимулом выполнения творческих заданий может послужить продвижение по службе.

Гипотеза 2: существует обратная связь между стажем работы и творческой активностью: по мере увеличения стажа работника – снижается его творческая активность.

Гипотеза 3: семейные люди менее склонны к творческой активности.

Гипотеза 4: на творческую активность более всего влияет материальное вознаграждение.

Гипотеза 5: к творческой активности больше склонны женщины, нежели мужчины; молодежь, нежели старшее поколение.

Теоретическая интерпретация социологических понятий

Деятельность – это специфически-человеческая форма активности, обусловленная наличием сознания.

Инновационная активность – это целенаправленная форма активности субъектов предпринимательской деятельности, имеющая своей целью создание, освоение и производство новых видов техники, предметов труда и т.д.

Инновационная деятельность – это комплекс научных, технологических, организационных, финансовых и коммерческих мероприятий, направленный на коммерциализацию накопленных знаний, технологий и оборудования.

Инновация – это введенное новшество, обеспечивающее качественный рост эффективности процессов или продукции, востребованное рынком.

Организация – совокупность людей, объединенных для достижения общих целей; социальная группа, которая распределяет выполнение задач между участниками для достижения определённой коллективной цели.

Предприятие – это юридическое лицо, образованное с определенной целью: производство и реализация продукции, выполнение работ, оказание услуг.

Работник – это лицо, состоящее в трудовых отношениях с нанимателем на основании заключенного трудового договора.

Сфера услуг – это совокупность видов деятельности, направленных на производство и реализацию услуг населению.

Творческая активность – это способность личности инициативно и самостоятельно находить «зоны поиска», ставить задачи, выделять принципы.

Творчество – деятельность, результат которой есть создание чего-либо качественно нового.

Трудовая деятельность – осознанная, энергозатратная, общепризнанная целесообразной деятельность человека, требующая приложения усилий и осуществления работы.

Условия труда – совокупность взаимодействующих социально-экономических, технико-организационных, социально-психологических, естественно-природных факторов, влияющих на здоровье, работоспособность человека, его отношение к труду, степень удовлетворенности им, на эффективность производства, уровень жизни и развитие личности работника.

Операционализация социологических понятий

Данное исследование предполагает выяснение в первом блоке вопросов анкеты, связанных с представлениями о творческой активности и влиянии творчества в деятельности организации. Для этого узнаем, что *означает понятие «творческая активность»*:

- Активное занятие творческой деятельностью;
- Свойство личности, позволяющее инициативно и самостоятельно ставить цели и задачи;
- Деятельность человека, направленная на создание чего-то нового, оригинального;
- Продвижение в творческой деятельности.

С помощью следующих вариантов ответа мы узнаем, *связали ли трудовая деятельность работников сферы услуг с творчеством*:

- Да;
- Нет;
- Незначительно.

Данная шкала поможет нам выяснить, *приносят ли пользу творческие способности организации*:

- Да;
- Нет;

- Не уверен (а);
- Затрудняюсь ответить.

С помощью данной шкалы мы сможем узнать, *что привлекает работников в работе организации:*

- Уровень заработной платы;
- Творческий характер труда;
- Престижность рабочего места;
- Возможности для карьерного роста;
- Другое (укажите, что именно)_____

С помощью следующих вариантов ответа мы узнаем, *как ощущают себя работники сферы услуг в быстроменяющихся условиях (социальных, экономических, политических и др.):*

- Плохо, не могу приспособиться, хочу вернуть все, как было;
- Удовлетворительно, не люблю перемены, но понимаю, что они неизбежны;
- Нормально, с течением времени все-таки привыкаю к новому;
- Хорошо, мне необходимо немного времени, чтобы адаптироваться к новым условиям;
- Отлично, мне нравится изменение условий.

Данная шкала поможет нам выяснить, *по какой причине работники сферы услуг проявляют инициативу, вносят различные предложения:*

- Чувствуют особую ответственность за свою работу;
- Из-за стремления реализовать свои знания и опыт, выйти за установленные работой рамки;
- Чаще всего из-за желания улучшить работу своей организации;
- Просто хотят «выделиться» или завоевать расположение начальства;

- Хотят заработать, поскольку всякая полезная инициатива должна вознаграждаться;
- Другое _____

Затем следует блок вопросов, связанных с участием работников сферы услуг в выполнении творческих заданий от руководства. Для этого узнаем, *проявляли ли работники инициативу:*

- Да;
- Всего один раз;
- Нет;
- Затрудняюсь ответить.

Важно узнать, *что определило желание работников поделиться своими идеями в организации:*

- Материальное вознаграждение;
- Поощрение грамотами, благодарностью;
- Желание что-то улучшить в организации;
- Желание принести пользу;
- Уважение в коллективе;
- Ощущение нужности в организации;
- Желание облегчить свою работу;
- Чувство сопричастности;
- Моральное удовлетворение

Выясним, *как в организации отнеслись к выдвинутым идеям (предлагается оценить работников организации: 1 – положительно, 2 – безразлично, 3 – отрицательно, 4 – затрудняюсь ответить):*

- Руководитель, лидер;
- Коллеги, члены организации.

С помощью следующих вариантов ответа мы сможем узнать, как работники сферы услуг предпочитают работать:

- Предпочитаю делать то, что знакомо, привычно;
- Нужно, чтобы в работе постоянно появлялось что-то новое, чтобы не стоять на месте;
- Чтобы было точно известно, что нужно сделать и что я за это получу;
- Предпочитаю работать под полную личную ответственность;
- Готов (а) делать все, что нужно для организации;
- Другое: _____ (укажите, как именно).

Узнать, *принимали ли работники сферы услуг участие в выполнении творческих заданий*, нам поможет шкала:

- Да;
- Один раз;
- Нет.

При помощи данной шкалы мы сможем выяснить, *поощряет ли руководство в деятельности организации выполнение творческих заданий*:

- Да;
- Иногда;
- Нет;
- Затрудняюсь ответить.

Далее мы используем данную шкалу, чтобы узнать, *как используются творческие способности работников сферы услуг в деятельности организации*:

- Используются в полной мере;
- Используются частично;
- Используются не в полной мере;

- Затрудняюсь ответить.

Затем следует блок вопросов, которые помогут нам узнать, как и какими мотивами руководствуются работники сферы услуг при выполнении творческих заданий. Для этого выясним, *что побуждает работников к выполнению творческих заданий*:

- Хорошее вознаграждение;
- Возможность использовать свой потенциал;
- Похвала, одобрение со стороны руководства;
- Мне самому(ой) нравится выполнять такие задания;
- Затрудняюсь ответить.

С помощью номинальной шкалы выясним, *интересна ли работникам сферы услуг выполняемая работа*:

- Да;
- Не в полной мере;
- Нет;
- Затрудняюсь ответить.

Данная шкала поможет нам узнать, *при каких условиях работники сферы услуг согласились бы на новую работу в своей организации*:

- Если будет более высокая оплата труда;
- Если на новой работе я смогу проявить свои способности;
- Если новая работа даст мне больше самостоятельности;
- При всех случаях я бы предпочел (предпочла) остаться на той работе, к которой привык (ла);
- Другое (укажите, что именно) _____

Необходимо узнать, *применяет ли работодатель какую-либо систему стимулирования*. Выявить это нам поможет шкала:

- Да;
- Нет;
- Затрудняюсь ответить.

Также важно узнать, *в чем проявляется такая система стимулирования:*

- в материальном вознаграждении;
- в моральном удовлетворении (похвала, благодарность);
- в применении мер административного воздействия;
- затрудняюсь ответить;
- Другое _____

Затем мы узнаем, *в какой степени и как действуют на творческую активность работников сферы услуг определенные факторы (предлагается оценить перечисленные факторы: 1 – совершенно не действуют, 2 – действуют незначительно, 3 – действуют существенно, 4 – затрудняюсь ответить):*

- Материальное вознаграждение;
- Поощрение грамотами, благодарность;
- Меры административного воздействия (принуждение);
- Трудовой настрой коллектива;
- Экономические нововведения в организации;
- Боязнь потерять работу;
- Элементы состязательности.

Далее предлагается *оценить по 5-ти бальной шкале уровень материального стимулирования со стороны работодателя, где 1 – низкий уровень материального вознаграждения, 5 – высокий уровень.*

Затем предлагается *оценить по 5-ти бальной шкале уровень морального стимулирования со стороны работодателя, где 1 – низкий уровень морального стимулирования, 5 – высокий уровень.*

Завершает анкету блок вопросов, отражающих социально-демографические характеристики респондентов. Для этого мы узнаем *пол респондентов:*

- Мужской;
- Женский.

Номинальная шкала поможет нам выяснить *возраст респондентов:*

- 18-25
- 31-50

Также узнаем у респондентов, какое у них *образование:*

- Неоконченное высшее (студент);
- Высшее;
- Среднее специальное;
- Среднее.

Далее выясним статус респондентов, а именно *семейное положение:*

- Женат / замужем;
- Не женат / не замужем.

Затем узнаем *стаж работников сферы услуг в данной организации.*

В завершении узнаем *вид деятельности работника:*

- Торговые услуги;
- Туристические;
- Медицинские;

- Информационные;
- Образовательные;
- Маркетинговая деятельность.

Методический раздел

Обоснование выборки социологического исследования

В качестве метода исследования выбрано анкетирование. Выбор непосредственно данного метода исследования обусловливается возможностью получения большого количества данных за относительно короткий срок. К тому же следует отметить, что результаты анкетирования являются информационной основой практически любого исследования. Такой вид опроса в сочетании с другими методами дает возможность получения максимально достоверных и объективных результатов данных.

При исследовании факторов стимулирования к творческой активности работников сферы услуг используется выборочный метод исследования в объеме 200 человек. По типу выборка – целевая, где единицами отбора выступают работники сферы услуг. Такие единицы отбора обуславливаются целью и задачами исследования.

Методы социологического исследования

Для получения результатов исследования будет проведен групповой анкетный опрос на месте работы респондента в присутствии анкетера.

План-график исследования

Первый этап составляет подготовка к социологическому исследованию: разработка программы, составление инструментария.

На втором этапе будет проведен конкретно сам анкетный опрос. Затем – сбор полученных результатов, обработка, первичный анализ.

На третьем – на основе полученных данных пишется научный отчет, подтверждаются или опровергаются гипотезы, составляются рекомендации.

Анкета

Уважаемый респондент!

Кафедра «Социология» Тольяттинского государственного университета проводит социологическое исследование с целью изучения факторов, стимулирующих работников сферы услуг. Внимательно прочитайте предложенные вопросы. Отметьте, пожалуйста, кружком варианты ответов, которые соответствуют Вашему мнению. Анкета является анонимной, результаты будут представлены в обобщенном виде.

Заранее благодарим за участие!

1) Как Вы думаете, что такое «творческая активность»?
(отметьте, пожалуйста, только один вариант ответа)

1. Активное занятие творческой деятельностью;
2. Свойство личности, позволяющее инициативно и самостоятельно ставить цели и задачи;
3. Деятельность человека, направленная на создание чего-то нового, оригинального;
4. Продвижение в творческой деятельности.

2) На Ваш взгляд, связана ли Ваша трудовая деятельность с творчеством?

1. Да;
2. Нет;
3. Незначительно.

3) Как Вы считаете, Ваши творческие способности могут принести пользу Вашей организации?

1. Да;
2. Нет;
3. Не уверен (а);
4. Затрудняюсь ответить.

4) Что привлекает Вас в работе Вашей организации? (отметьте не более 3-х вариантов ответа)

1. Уровень заработной платы;
2. Творческий характер труда;
3. Престижность рабочего места;

4. Возможности для карьерного роста;
5. Другое (кажете, что именно)_____

5) Как Вы ощущаете себя в быстроменяющихся условиях (социальных, экономических, политических и др.)? (отметьте, пожалуйста, только один вариант ответа)

1. Плохо, не могу приспособиться, хочу вернуть все, как было;
2. Удовлетворительно, не люблю перемены, но понимаю, что они неизбежны;
3. Нормально, с течением времени все-таки привыкаю к новому;
4. Хорошо, мне необходимо немного времени, чтобы адаптироваться к новым условиям;
5. Отлично, мне нравится изменение условий.

6) Как Вы считаете, почему в процессе работы люди проявляют инициативу, вносят различные предложения? (отметьте не более 3-х вариантов ответа)

1. Чувствуют особую ответственность за свою работу;
2. Из-за стремления реализовать свои знания и опыт, выйти за установленные работой рамки;
3. Чаще всего из-за желания улучшить работу своей организации;
4. Просто хотят «выделиться» или завоевать расположение начальства;
5. Хотят заработать, поскольку всякая полезная инициатива должна вознаграждаться;
6. Другое _____

7) Проявляли ли Вы инициативу в процессе работы в своей организации? (при выборе варианта ответа «нет», переходите к вопросу №10)

1. Да;
2. Всего один раз;
3. Нет = переходите к вопросу №10;
4. Затрудняюсь ответить.

8) Что определило Ваше желание поделиться своими идеями в Вашей организации? (отметьте, пожалуйста, только один вариант ответа)

1. Материальное вознаграждение;
2. Поощрение грамотами, благодарностью;

3. Желание что-то улучшить в организации;
4. Желание принести пользу;
5. Уважение в коллективе;
6. Ощущение нужности в организации;
7. Желание облегчить свою работу;
8. Чувство сопричастности;
9. Моральное удовлетворение

9) Как в Вашей организации отнеслись к Вашим идеям? (отметьте, пожалуйста, ответ в каждой строчке)

	положительно	Безразлично	отрицательно	Затрудняюсь ответить
Руководитель, лидер	1	2	3	4
Коллеги, члены организации	1	2	3	4

10) Как Вы предпочитаете работать? (отметьте, пожалуйста, только один вариант ответа)

1. Предпочитаю делать то, что знакомо, привычно;
2. Нужно, чтобы в работе постоянно появлялось что-то новое, чтобы не стоять на месте;
3. Чтобы было точно известно, что нужно сделать и что я за это получу;
4. Предпочитаю работать под полную личную ответственность;
5. Готов (а) делать все, что нужно для организации;
6. Другое: _____ (укажите, как именно).

11) Принимали ли Вы участие в выполнении творческого задания от руководства?

1. Да;
2. Один раз;
3. Нет.

12) Поощряет ли Выше руководство выполнение творческих заданий?

1. Да;
2. Иногда;

3. Нет;
4. Затрудняюсь ответить.

13) Как Вы считаете, максимально ли используются Ваши творческие способности в деятельности Вашей организации?
(отметьте, пожалуйста, только один вариант ответа)

1. Используются в полной мере;
2. Используются частично;
3. Используются не в полной мере;
4. Затрудняюсь ответить.

14) Что побуждает Вас к выполнению творческих заданий?
(отметьте, пожалуйста, только один вариант ответа)

1. Хорошее вознаграждение;
2. Возможность использовать свой потенциал;
3. Похвала, одобрение со стороны руководства;
4. Мне самому(ой) нравится выполнять такие задания;
5. Затрудняюсь ответить.

15) Считаете ли Вы свою работу интересной?

1. Да;
2. Не в полной мере;
3. Нет;
4. Затрудняюсь ответить.

16) Представьте ситуацию: Вам предложили новую работу в Вашей организации (повышение в должности). При каких условиях Вы бы на это согласились? (отметьте только один вариант ответа)

1. Если будет более высокая оплата труда;
2. Если на новой работе я смогу проявить свои способности;
3. Если новая работа даст мне больше самостоятельности;
4. При всех случаях я бы предпочел (предпочла) остаться на той работе, к которой привык (ла);
5. Другое (укажите, что именно) _____

17) Как вы считаете, применяет ли Ваш работодатель систему стимулирования? (при выборе варианта ответа «нет» переходите к вопросу №19)

1. Да;
2. Нет = *переходите к вопросу №19;*
3. Затрудняюсь ответить.

18) В чем, на Ваш взгляд, такая система проявляется?

1. В материальном вознаграждении;
2. В моральном удовлетворении (похвала, благодарность);
3. В применении мер административного воздействия;
4. Затрудняюсь ответить;
5. Другое _____

19) В какой степени и как действуют на Вашу творческую активность следующие факторы? (пожалуйста, укажите ответ в каждой строчке)

Факторы стимулирования	1.Совершенно не действуют	2.Действуют незначительно	3.Действуют существенно	4.Затрудняюсь ответить
1. Материальное вознаграждение;				
2. Поощрение грамотами, благодарностью;				
3. Меры административного воздействия (принуждение);				
4. Трудовой настрой коллектива;				
5. Экономические нововведения в организации;				
6. Боязнь потерять работу;				
7. Элементы состязательности.				

20) Оцените, пожалуйста, по 5-ти бальной шкале уровень материального стимулирования работодателем (где 5 – высокий уровень материального вознаграждения, 1 – низкий).

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

21) Оцените, пожалуйста, по 5-ти бальной шкале уровень морального стимулирования (похвала, благодарность) работодателем (где 5 – высокий уровень морального стимулирования, 1 – низкий).

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

22) Ваш пол?

1. Мужской;
2. Женский.

23) Ваш возраст?

1. 18-30
2. 31-50

24) Образование:

1. Неоконченное высшее (студент);
2. Высшее;
3. Среднее специальное;
4. Среднее.

25) Семейное положение:

1. Женат/замужем;
2. Не женат/не замужем.

26) Стаж работы в Вашей организации?

27) Вид Вашей деятельности?

1. Торговые услуги;
2. Туристические;
3. Медицинские;
4. Информационные;
5. Образовательные;
6. Маркетинговая деятельность.

**Программа социологического исследования на тему:
«Факторы стимулирования работников сферы услуг»**

Методологический раздел

Обоснование проблемы исследования. На сегодняшний день стимулирование персонала является самым существенным фактором конкурентноспособности современных организаций.

Процесс управления персоналом состоит из множества элементов. К ним относятся: стратегия предприятия, взаимоотношения в коллективе, социально-психологические аспекты управления. Но особое место занимает определение способов повышения производительности, путей роста творческой инициативы, а так же стимулирование работников. Стимулирование персонала – важная часть работы любого руководителя.

Для того чтобы организация развивалась и функционировала как четкая и отлаженная система, управляющий должен непосредственно осуществлять контроль над подчиненными, доносить до них стратегии и цели организации. Иными словами, руководитель – это неотъемлемая часть организации.

Но что заставляет персонал работать в два и даже в три раза эффективнее? Нынешняя система поощрения персонала, всевозможные компенсации, надбавки и премии, а также делегирование полномочий – все это эффективные методы для достижения успеха в управлении персоналом.

Воодушевлять своих сотрудников на новые свершения – значит вместе двигаться к результату. Работать с мотивированным коллективом будет значительно проще. В первую очередь это важно для непосредственного руководителя.

Но мотивируются ли работники теми методами, которые использует руководитель? Именно этот вопрос и подлежит нашему изучению.

Целью исследования является изучение факторов, оказывающих влияние на творческую активность работников сферы услуг.

Из цели вытекают следующие **задачи**:

- 1) Выявить факторы, которые мотивируют работников сферы услуг на выполнение творческих заданий;
- 2) Узнать, какую систему стимулирования применяет руководитель организации;
- 3) Выяснить уровень творческой активности работников;
- 4) Рассмотреть методы стимулирования работников, используемые руководителем организации.

Объект исследования – руководители или управляющие своими организациями.

Предмет исследования – факторы стимулирования к творческой активности работников сферы услуг.

Системный анализ объекта исследования

- Место работы;
- Участие сотрудников в выполнении творческих заданий;
- Уровень творческой активности персонала;
- Стимулы и мотивы участия в творческих заданиях.

Гипотезы социологического исследования

Гипотеза 1: руководители организаций более всего используют моральное поощрение в системе стимулирования сотрудников (похвала, благодарность, грамота).

Гипотеза 2: наиболее эффективным способом мотивации сотрудников является материальное вознаграждение.

Методический раздел

Обоснование выборки социологического исследования

В качестве метода исследования выбрано экспертное интервью. Выбор непосредственно данного метода исследования можно объяснить тем, что эксперты – это источник уникальной информации по многим важным проблемам жизни общества. Следует отметить, что экспертное интервью является глубинным изучением мнения профессионалов, которым известны характерные стороны исследуемых явлений, событий, предметов.

При исследовании факторов стимулирования работников сферы услуг используется выборочный метод исследования в объеме 10 человек. По типу выборка – целевая, где единицами отбора выступают руководители или управляющие своими организациями. Такие единицы отбора обуславливаются целью и задачами исследования.

Методы социологического исследования

Для получения результатов исследования будет проведено экспертное интервью с управляющими или руководителями своих организаций в г. Тольятти.

План-график исследования

Первый этап составляет подготовка к социологическому исследованию: разработка программы, составление инструментария.

На втором этапе будет проведен конкретно сам анкетный опрос. Затем – сбор полученных результатов, обработка, первичный анализ.

На третьем – на основе полученных данных пишется научный отчет, подтверждаются или опровергаются гипотезы, составляются рекомендации.

Вопросы интервью

- 1) Что подразумевается под термином «творческая активность»? И как, на Ваш взгляд, можно ее повысить?
- 2) Как Вы относитесь к проявлению творческой активности своих работников? Как часто они «проявляют» себя?
- 3) Поощряете ли Вы использование инициативы Ваших сотрудников? Каким образом?
- 4) Расскажите, пожалуйста, о системе стимулирования, которую Вы используете в Вашей организации.
- 5) Чем или какими еще способами, на Ваш взгляд, можно больше замотивировать сотрудников? Насколько это важно?
- 6) Как Вы считаете, удовлетворены ли Ваши сотрудники мерами стимулирования творческой активности?
- 7) Как Вы можете оценить уровень творческой активности персонала? Каков он в Вашей организации?

Приложение 5

Таблицы результатов социологического исследования

Таблица №1

Как Вы думаете, что такое «творческая активность»?

Варианты ответов:	Абсолютные	В %	Женщины (%)	Мужчины (%)
1.Активное занятие творческой деятельностью;	74	37	11	26
2.Свойство личности, позволяющее инициативно и самостоятельно ставить цели и задачи;	39	19,5	15	4,5
3.Деятельность человека, направленная на создание чего-то нового, оригинального;	75	37,5	23	14,5
4.Продвижение в творческой деятельности.	12	6	1,5	4,5

Таблица №2

На Ваш взгляд, связана ли Ваша трудовая деятельность с творчеством?

Варианты ответов:	Абсолютные	В %	Женщины (%)	Мужчины (%)
1.Да;	68	34	22	12
2.Нет;	67	33,5	11	22,5
3.Незначительно.	65	32,5	17,5	15

Таблица №3

Как Вы считаете, Ваши творческие способности могут принести пользу Вашей организации?

Варианты ответов:	Абсолютные	В %	Женщины	Мужчины
-------------------	------------	-----	---------	---------

			(%)	(%)
1. Да;	68	32	25,5	8,5
2. Нет;	36	18	3	15
3. Не уверен(а);	66	33	17,5	15,5
4. Затрудняюсь ответить.	30	15	4,5	10,5

Таблица №4

Что привлекает Вас в работе Вашей организации?

Варианты ответов:	Абсолютные	В %	Женщины (%)	Мужчины (%)
1. Уровень заработной платы;	71	35,5	19	16,5
2. Творческий характер труда;	45	22,5	16	6,5
3. Престижность рабочего места;	63	31,5	18	13,5
4. Возможности для карьерного роста;	75	37,5	25,5	12
5. Другое.	82	41	16	25

Таблица №5

Как Вы ощущаете себя в быстроменяющихся условиях (социальных, экономических, политических и др.)?

Варианты ответов:	Абсолютные	В %	Женщины (%)	Мужчины (%)
1. Плохо, не могу приспособиться, хочу вернуть все, как было;	2	1	0,5	0,5
2. Удовлетворительно, не люблю перемены, но понимаю, что они неизбежны;	31	15,5	7,5	8
3. Нормально, с течением	83	41,5	18,5	23

времени все-таки привыкаю к новому;				
4. Хорошо, мне необходимо немного времени, чтобы адаптироваться к новым условиям;	73	36,5	20	16,5
5. Отлично, мне нравится изменение условий.	11	5,5	4	1,5

Таблица №6

Как Вы считаете, почему в процессе работы люди проявляют инициативу, вносят различные предложения?

Варианты ответов:	Абсолютные	В %	Женщины (%)	Мужчины (%)
1. Чувствуют особую ответственность за свою работу;	65	32,5	22	10,5
2. Из-за стремления реализовать свои знания и опыт, выйти за установленные работой рамки;	65	32,5	25,5	7
3. Чаще всего из-за желания улучшить работу своей организации;	105	52,5	35,5	17
4. Просто хотят «выделиться» или завоевать расположение начальства;	73	36,5	5,5	31
5. Хотят заработать, поскольку всякая полезная инициатива должна	142	71	31	40

вознаграждаться;				
6. Другое.	0	0	0	0

Таблица №7

Проявляли ли Вы инициативу в процессе работы в своей организации?

Варианты ответов:	Абсолютные	В %	Женщины (%)	Мужчины (%)
1. Да;	85	42,5	30	12,5
2. Всего один раз;	11	5,5	3,5	2
3. Нет;	102	51	16	35
4. Затрудняюсь ответить.	2	1	1	0

Таблица №8

Что определило Ваше желание поделиться своими идеями в Вашей организации?

Варианты ответов:	Абсолютные	В %	Женщины (%)	Мужчины (%)
1. Материальное вознаграждение;	26	13	6,5	6,5
2. Поощрение грамотами, благодарностью;	1	0,5	0,5	0
3. Желание что-то улучшить в организации;	29	14,5	10	4,5
4. Желание принести пользу;	17	8,5	6,5	2
5. Уважение в коллективе;	1	0,5	0	0,5
6. Ощущение нужности в организации;	6	3	3	0
7. Желание облегчить свою работу;	14	7	6	1
8. Чувство сопричастности;	0	0	0	0
9. Моральное	3	1,5	1,5	0

удовлетворение.				
-----------------	--	--	--	--

Таблица №9

Как в Вашей организации отнеслись к Вашим идеям?

Варианты ответов:	Абсолютные	В %	Женщины (%)	Мужчины (%)
<i>Руководитель, лидер</i>				
1. Положительно;	81	40,5	29	11,5
2. Безразлично;	13	6,5	4,5	2
3. Отрицательно;	0	0	0	0
4. Затрудняюсь ответить.	3	1,5	0,5	1
<i>Коллеги, члены организации</i>				
1. Положительно;	53	26,5	19	7,5
2. Безразлично;	36	18	12	6
3. Отрицательно;	1	0,5	0,5	0
4. Затрудняюсь ответить.	7	3,5	2,5	1

Таблица №10

Как Вы предпочитаете работать?

Варианты ответов:	Абсолютные	В %	Женщины (%)	Мужчины (%)
1. Предпочитаю делать то, что знакомо, привычно;	45	22,5	16	6,5
2. Нужно, чтобы в работе постоянно появлялось что-то новое, чтобы не стоять на месте;	32	16	11,5	4,5
3. Чтобы было точно известно, что нужно сделать и что я за это получу;	103	51,5	15	36,5
4. Предпочитаю работать	6	3	2,5	0,5

под полную личную ответственность;				
5. Готов(а) делать все, что нужно для организации;	13	6,5	5	1,5
6. Другое.	1	0,5	0,5	0

Таблица №11

Принимали ли Вы участие в выполнении творческого задания от руководства?

Варианты ответов:	Абсолютные	В %	Женщины (%)	Мужчины (%)
1. Да;	100	50	33	17
2. Один раз;	25	12,5	6	6,5
3. Нет.	75	37,5	12,5	26

Таблица №12

Поощряет ли Ваше руководство выполнение творческих заданий?

Варианты ответов:	Абсолютные	В %	Женщины (%)	Мужчины (%)
1. Да;	95	47,5	26,5	21
2. Иногда;	61	30,5	13,5	17
3. Нет;	16	8	3,5	4,5
4. Затрудняюсь ответить.	28	14	7	7

Таблица №13

Как Вы считаете, максимально ли используются Ваши творческие способности в деятельности Вашей организации?

Варианты ответов:	Абсолютные	В %	Женщины (%)	Мужчины (%)
1. Используются в полной мере;	47	23,5	16	7,5
2. Используются частично;	36	18	13,5	4,5
3. Используются не в	19	9,5	5	4,5

полной мере;				
4. Затрудняюсь ответить.	98	49	16	33

Таблица №14

Что побуждает Вас к выполнению творческих заданий?

Варианты ответов:	Абсолютные	В %	Женщины (%)	Мужчины (%)
1. Хорошее вознаграждение;	107	53,5	20,5	33
2. Возможность использовать свой потенциал;	27	13,5	9,5	4
3. Похвала, одобрение со стороны руководства;	11	5,5	4	1,5
4. Мне самому(ой) нравится выполнять такие задания;	25	12,5	10	2,5
5. Затрудняюсь ответить.	30	15	6,5	8,5

Таблица №15

Считаете ли Вы свою работу интересной?

Варианты ответов:	Абсолютные	В %	Женщины (%)	Мужчины (%)
1. Да;	103	51,5	30	21,5
2. Не в полной мере;	48	24	14,5	9,5
3. Нет;	33	16,5	3,5	13
4. Затрудняюсь ответить.	16	8	2,5	5,5

Таблица №16

Представьте ситуацию: Вам предложили новую работу в Вашей организации (повышение в должности). При каких условиях Вы бы на это согласились?

Варианты ответов:	Абсолютные	В %	Женщины	Мужчины
--------------------------	-------------------	------------	----------------	----------------

			(%)	(%)
1. Если будет более высокая оплата труда;	121	60,5	25	35,5
2. Если на новой работе я смогу проявить свои способности;	17	8,5	6,5	2
3. Если новая работа даст мне больше самостоятельности;	35	17,5	9	8,5
4. При всех случаях я бы предпочел (предпочла) остаться на той работе, к которой привык (ла);	24	12	9	3
5. Другое.	3	1,5	1	0,5

Таблица №17

Как вы считаете, применяет ли Ваш работодатель систему стимулирования?

Варианты ответов:	Абсолютные	В %	Женщины (%)	Мужчины (%)
1. Да;	139	69,5	36	33,5
2. Нет;	35	17,5	8,5	9
3. Затрудняюсь ответить.	26	13	6	7

Таблица №18

В чем, на Ваш взгляд, такая система проявляется?

Варианты ответов:	Абсолютные	В %	Женщины (%)	Мужчины (%)
1. В материальном вознаграждении;	60	30	17,5	12,5
2. В моральном удовлетворении (похвала, благодарность);	58	29	14	15

3. В применении мер административного воздействия;	16	8	5	3
4. Затрудняюсь ответить;	27	13,5	5,5	8
5. Другое.	1	0,5	0,5	0

Таблица №19

В какой степени и как действуют на Вашу творческую активность следующие факторы?

Варианты ответов:	Абсолютные	В %	Женщины (%)	Мужчины (%)
<i>Совершенно не действуют</i>				
1. Материальное вознаграждение;	7	3,5	3,5	0
2. Поощрение грамотами, благодарностью;	65	32,5	7,5	25
3. Меры административного воздействия (принуждение);	40	20	6,5	13,5
4. Трудовой настрой коллектива;	100	50	17	33
5. Экономические нововведения в организации;	70	35	11,5	23,5
6. Боязнь потерять работу;	33	16,5	8,5	8
7. Элементы состязательности.	112	56	22,5	33,5
<i>Действуют незначительно</i>				
1. Материальное вознаграждение;	19	9,5	6	3,5
2. Поощрение грамотами, благодарностью;	83	41,5	25,5	16

3.Меры административного воздействия (принуждение);	52	26	13	13
4.Трудовой настрой коллектива;	33	16,5	12	4,5
5.Экономические нововведения в организации;	50	25	16	9
6.Боязнь потерять работу;	45	22,5	7	15,5
7.Элементы состязательности.	39	19,5	12,5	7
<i>Действуют существенно</i>				
1.Материальное вознаграждение;	170	85	40	45
2.Поощрение грамотами, благодарностью;	44	22	17,5	4,5
3.Меры административного воздействия (принуждение);	91	45,5	28,5	17
4.Трудовой настрой коллектива;	52	26	20	6
5.Экономические нововведения в организации;	30	15	12,5	2,5
6.Боязнь потерять работу;	108	54	32,5	21,5
7.Элементы состязательности.	25	12,5	10,5	2
<i>Затрудняюсь ответить</i>				
1.Материальное вознаграждение;	4	2	1	1
2.Поощрение грамотами,	8	4	0	4

благодарность;				
3.Меры административного воздействия (принуждение);	17	8,5	2,5	6
4.Трудовой настрой коллектива;	15	7,5	1,5	6
5.Экономические нововведения в организации;	50	25	10,5	14,5
6.Боязнь потерять работу;	14	7	2,5	4,5
7.Элементы состязательности.	24	12	5	7

Таблица №20

Оцените, пожалуйста, по 5-ти бальной шкале уровень материального стимулирования работодателем

Варианты ответов:	Абсолютные	В %	Женщины (%)	Мужчины (%)
«1»	47	23,5	5,5	18
«2»	49	24,5	12,5	12
«3»	54	27	16,5	10,5
«4»	35	17,5	11	6,5
«5»	15	7,5	5	2,5

Таблица №21

Оцените, пожалуйста, по 5-ти бальной шкале уровень морального стимулирования (похвала, благодарность) работодателем

Варианты ответов:	Абсолютные	В %	Женщины (%)	Мужчины (%)
«1»	26	13	10	3
«2»	18	9	4	5
«3»	43	21,5	9,5	12

«4»	60	30	14,5	15,5
«5»	53	26,5	11,5	15

Таблица №22

Ваш пол?

Пол:	Абсолютные	В %	Женщины (%)	Мужчины (%)
1. Мужской;	99	49,5	-	49,5
2. Женский.	101	50,5	50,5	-

Таблица №23

Возраст респондентов:

Возраст:	Абсолютные	В %	Женщины (%)	Мужчины (%)
1. 18-30	108	54	32	22
2. 31-50	92	46	18,5	27,5

Таблица №24

Образование респондентов:

Образование:	Абсолютные	В %	Женщины (%)	Мужчины (%)
1. Неоконченное высшее (студент);	45	22,5	12,5	10
2. Высшее;	103	51,5	31,5	20
3. Среднее специальное;	47	23,5	5,5	18
4. Среднее.	5	2,5	1	1,5

Таблица №25

Семейное положение:

Семейное положение:	Абсолютные	В %	Женщины (%)	Мужчины (%)
1. Женат/замужем;	104	52	29	23

2. Не женат/не замужем.	96	48	21,5	26,5
-------------------------	----	----	------	------

Таблица №26

Стаж работы в организации?

Стаж:	Абсолютные	В %	Женщины (%)	Мужчины (%)
«0-1 год»	59	29,5	9	20,5
«1-1,5 года»	25	12,5	9,5	3
«2-2,5 года»	26	13	9,5	3,5
«3-4 года»	34	17	10	7
«5-10 лет»	35	17,5	8	9,5
«свыше 10 лет»	21	10,5	4,5	6

Таблица №27

Вид деятельности:

Варианты ответов:	Абсолютные	В %	Женщины (%)	Мужчины (%)
1. Торговые услуги;	80	40	21,5	18,5
2. Туристические;	5	2,5	2	0,5
3. Медицинские;	11	5,5	3	2,5
4. Информационные;	39	19,5	4,5	15
5. Образовательные;	36	18	12,5	5,5
6. Маркетинговая деятельность.	29	14,5	7	7,5