

СПЕЦИФИКА МОТИВАЦИИ СОТРУДНИКОВ КРЕАТИВНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Володина Д. А., Сапранкова Т. А.

*ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет», Байкальская
международная бизнес-школа (институт), Иркутск, Россия
E-mail:dashaavolodina@gmail.com*

В условиях современного мира, наиболее востребованные организации, деятельность которых направлена на создание инновационных проектов. Основными компетенциями данной деятельности является креативность и инициативность, которые обеспечивают конкурентоспособность организации. Для ее выполнения требуются сотрудники с соответствующими компетенциями. При этом управление, методы мотивации, тип взаимоотношений с такого рода персоналом имеет свои особенности. В данной статье нами рассматривается специфика сотрудников, которые работают в организации креативной сферы.

Рассмотрим термин «креативность». Согласно Большой психологической энциклопедии «креативность – это уровень творческой одаренности, способности к творчеству, составляющий относительно устойчивую характеристику личности» [1]. Маслоу дает определение: «креативность – фундаментальная характеристика человеческой природы, это потенциал, данный каждому человеку от рождения» [2]. Отличие креативности от других характеристик человека как личности – это индивидуальность, способность отображать воспринимаемый мир, его индивидуальное видение. Наряду с креативностью используются и такие термины, как «творчество» и «инициативность». Согласно Большой психологической энциклопедии «творчество – это деятельность, результатом которой является создание новых материальных и духовных ценностей. Творчество имеет психологический аспект: личностный и процессуальный. Оно предполагает наличие у личности способностей, мотивов, знаний и умений, благодаря которым создается продукт, отличающийся новизной, оригинальностью, уникальностью» [1]. В Энциклопедическом словаре педагога, «инициативность – это положительное качество личности, проявляющееся как внутреннее побуждение и способность начать новое дело, сделать первый шаг, самостоятельно принять решение при возникновении личных или общественных проблем, побуждение к преобразованию чего-либо» [6].

Прежде чем определиться с системой мотивации сотрудников креативной сферы, необходимо понять отличие их работы от деятельности в других более регламентированных сферах. Креа-

тивность и инициативность являются одной из основных компетенций у данного рода деятельности, поэтому рассмотрим список компетенций PR-менеджера компании, работающей в сфере радиовещания. Одним из основных источников дохода на радио является заключение сделок и размещение рекламных объявлений в эфире. Количество обращений клиентов в PR-отдел радио напрямую зависит от уровня качества и эффективности предоставляемых услуг. Качество услуг определяется количеством креативных, привлекающих внимание рекламных объявлений. В задачи пиарщика входит генерация идеи рекламного объявления, разработка текста, подбор музыкального фона. Для исполнения данной задачи необходим высокий творческий потенциал, развитая фантазия и креативность. Каждый клиент индивидуален, его требования, желание, идеи и товар, также отличаются от других. Следовательно, тут нет шаблона, необходимо разрабатывать рекламные ролики с учетом всех пожеланий, но при этом придумать что-то новое, полностью удовлетворяющее клиента. Еще одним направлением деятельности PR-менеджера является организация праздников. В исполнении этой деятельности очень важной компетенцией выступает инициативность. Придумать тематику, идею мероприятия, разработать приглашения, оформление помещения, проведение непосредственно праздника и много другое, это требуется от PR-менеджера. Поэтому при найме новых сотрудников HR-менеджер компании проводит оценку уровня творческого потенциала кандидата.

Основываясь на изученных материалах [3–5], были определены особенности выполнения работы креативных сотрудников. Необходимость постоянно развиваться – креативные люди с большим энтузиазмом посещают различные курсы, лекции, семинары, любят путешествовать и окружать себя людьми себе подобными. Для творческих людей вдохновение – это то особенное состояние человека, симбиоз производительности, эмоций и максимального подъема сил, которое направлено на создание или поиск решения определенных задач. Для них характерно отсутствие рамок в мышлении, фантазии и способов реализации идей. График для такого рода специалистов особенный, он зависит от «прихода» вдохновения и настроения человека на креатив, временной период которых может наступить как ночью, так и рано утром. Очень важен такой аспект, как гармония. Для креативного сотрудника гармония должна быть как внутри себя, так и в окружении. Поэтому для наиболее продуктивной деятельности сотрудника креативной сферы, важна внутренняя гармония и благоприятная атмосфера в коллективе. Не забывайте поощрять деятельность пер-

сонала. Креативным сотрудникам важно знать, что они незаменимы для организации.

Прежде чем разрабатывать инструменты мотивации креативного сотрудника необходимо определить, что для него важно, какие мотивы он преследует. В психологии выделяется два типа референций, которые определяют, что важно для человека: внешняя или внутренняя удовлетворенность личности от выполненной им работой. К внешней удовлетворенности относятся поощрения и одобрения работы со стороны окружающих, а внутренняя определяет собственные ощущения личности от деятельности. Следовательно, необходимо понять, к какой референции больше расположен креативный сотрудник.

Основываясь на компетенциях, требуемых для работников креативной сферы, на анализе особенностей выполнения творческой работы, для нашей радиовещательной компании были отобраны такие инструменты мотивации, как профессиональный и карьерный рост, обучение, гармония, взаимоотношения в коллективе, график работы.

Профессиональный и карьерный рост. Творческие люди стремятся всегда к развитию, но при этом, для них ценнее профессиональный рост. При усложнении и разнообразии заданий, требуемых от сотрудников, при возможности работы с интересными и нестандартными клиентами, при возможности выполнять работу, кардинально отличающуюся от стандартных задач, креативный персонал получает тот самый профессиональный рост в «горизонтальном» направлении.

Обучение. Возможность постоянного обучения, посещения курсов повышения квалификации, различных семинаров, тренингов и иные мероприятия, благодаря которым сотрудники смогут развиваться и получать новую информацию.

Гармония. Материальные и нематериальные поощрения. Креативному сотруднику необходимо ощущать свою индивидуальность и значимость в деятельности компании, поэтому словесные поощрения о выполненной им работе будут иметь весомое значение в развитии его мотивации. Но стоит помнить, что люди, вне зависимости от их уровня креативности, всегда стремятся удовлетворить свои базовые потребности. Следовательно, размер вознаграждения, должен соответствовать рынку и удовлетворять базовые потребности сотрудников.

Взаимоотношения в коллективе. Любой сотрудник, не зависимо от его уровня креативности, будет охотнее трудиться при благоприятной атмосфере в коллективе. Но для креативного сотрудника данный аспект крайне важен для максимальной кон-

центрации. Постоянные конфликты и негатив тормозят креативный процесс. Для создания благоприятного психологического климата в коллективе подходят: совместная деятельность сотрудников, выездные мероприятия, проведение праздников. Атмосфера в коллективе зависит от стиля руководства, рабочего места, соответствующего для работы уровня шума и освещенности в помещении и т. п.; психологическая совместимость, наличие у сотрудников общих интересов, чувство толерантности к другому человеку.

Гибкий график. Как упоминалось ранее, вдохновение креативных сотрудников крайне не стабильно, поэтому возможность применения гибкого графика будет весомым инструментом мотивации.

Побуждение сотрудников к проявлению инициативы. Участие сотрудников в деятельности компании, привлечение сотрудников к планированию поднимет уровень значимости выполняемой работы, увеличит удовлетворенность сотрудников, приведет к повышению инициативности и ответственности.

Разработанная система мотивации, представленная в статье, на данный момент времени находится на стадии утверждения руководством компании. Ожидаемый результат применения системы, повышение уровня мотивации креативного персонала, увеличение объема клиентов, заинтересованных в приобретении услуг высокого качества.

Литература

1. Большая психологическая энциклопедия [Электронный ресурс]. URL: <https://dic.academic.ru/> (дата обращения 07.03.2018).
2. Маслоу А. Мотивация и личность / пер. с англ. А. М. Татлыбаевой. 3-е изд. СПб. : Питер, 2014.
3. Проблемы мотивации работников творческого труда [Электронный ресурс]. URL: <https://dis.ru/library/665/26692/> (дата обращения 08.03.2018).
4. Особенности управления персоналом в интеллектуальных и творческих организациях [Электронный ресурс]. URL: <http://originaltm.com/osobennosti-upravleniya-personalom-v/> (дата обращения 08.03.2018).
5. Руководство творческим коллективом: 9 правил управления креативщиками [Электронный ресурс]. URL: <https://www.gd.ru/articles/3879-upravlenie-tvorcheskim-kollektivom> (дата обращения 09.03.2018).
6. Энциклопедический словарь педагога [Электронный ресурс]. URL: https://spiritual_culture.academic.ru/ (дата обращения 16.03.2018).