

Список литературы:

- 1) О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017–2030 годы : указ Президента РФ № 203-ФЗ : утвержден Президентом РФ 09 мая 2017 г. – URL: <http://kremlin.ru/acts/bank/41919> (дата обращения: 15.10.2018).
- 2) Industry 4.0: the fourth industrial revolution – guide to Industrie 4.0 / I-Scoop, 2018. – URL: <https://www.i-scoop.eu/industry-4-0/> (дата обращения: 14.10.2018).
- 3) Н.С. Верховский. Цифровая трансформация – это новая революция, которая изменит все сферы жизнедеятельности [Видеозапись] / Верховский Н.С. // Московская школа менеджмента «Сколково», 2018. – URL: <http://trends.skolkovo.ru/2018/04/> (дата обращения: 12.10.2018).
- 4) Минг Зенг. Умный бизнес: что успех компании Alibaba приоткрывает о будущем стратегии» // Московская школа менеджмента «Сколково», 2018. – URL: <http://trends.skolkovo.ru/2018/09/> (дата обращения: 12.10.2018).

Управление мотивационными инструментами для сотрудников организации в условиях цифровизации.

А.Н. Рахимова¹, Р.Е. Садыканова², Н.Б. Куттыбаева³

¹м.э.н, преподаватель кафедры экономики и международного бизнеса

²м.с.н, старший преподаватель кафедры психологии

³PhD, ассоциированный профессор кафедры экономики и международного бизнеса
rakhimova12@mail.ru, raushan_rosh@mail.ru, nurg_78@mail.ru

^{1,2,3}Карагандинский университет имени академика Е.А.Букетова, г.Караганда

Аннотация: На сегодняшний день вопрос об эффективной мотивации остается открытым и очень актуальным. Для каждой компании важно, чтобы на её предприятии работали преданные, высокомотивированные и трудолюбивые сотрудники. Поэтому очень важно решить задачу по разработке ряда мотивационных инструментов, применений которых поможет достичь поставленных целей и задач. В менеджменте инструменты мотивации представляют собой средства воздействия на сотрудников компании, благодаря которым можно добиться высоких результатов и показателей труда.

Ключевые слова: мотивация труда, самосовершенствование, побуждение, персонал.

Не существует идеального набора инструментов, ведь каждая компания, методом проб и ошибок, выбирает для себя лучший вариант, который подходит именно под конкретные условия. Существует несколько видов инструментов мотивации, но работодатели чаще всего склоняются именно к материальным инструментам, считая, что именно они могут оказывать большее воздействие. Как показал опыт практики многих фирм, не всегда именно материальные инструменты мотивации могут сыграть на руку. Это может превратиться и в минус[1].

К материальной мотивации в первую очередь можно отнести денежные выплаты за выполнение поставленных целей. Они осуществляются при соответствии работника заранее установленным критериям, и это наиболее распространенный тип мотивационных инструментов. К материальной мотивации относят и комиссионные, пик популярности которых остается в прошлом, и специальные индивидуальные вознаграждения, используемые в качестве признания ценности того или иного работника. Не стоит увлекаться именно такого рода поощрения сотрудников, ведь именно такое чаще всего приводит к тому, что повышение рано или поздно перестает давать отдачу[2].

Мнения экспертов сходятся к тому, что оклад теряет мотивирующее воздействие в течение трех месяцев. Более того, можно сказать, что неоправданная и повышенная зарплата начинает плохо сказываться на труде сотрудника и оказывает демотивирующее воздействие.

Зачем же работать хорошо, когда можно плохо выполнять свою работу и при этом получать хорошую сумму? Хотя материальные инструменты мотивации универсальны, но не стоит ограничиваться только ими. В компании работают разные сотрудники, у которых есть различные ценности, установки, и часто бывает так, что для них важнее какое место они занимают в предприятии, и какое значение имеют для него. Поэтому опыт многих владельцев предприятий демонстрирует то, что инструменты нематериальной мотивации эффективны и порой бывают лучше, чем материальные. И хотя нематериальные инструменты обходятся достаточно дорого для компании, то их применение оправдывает себя. Необходимо внедрять в практику управления методы нематериальной мотивации, хотя для компании слово «нематериальная» не означает «бесплатная». Можно обратиться к обычному примеру социальных льгот, поскольку сотрудник не получает на руки «живые» деньги, но пользуется ими, экономит, когда компания в свою очередь тратит свои средства на эти льготы[3].

Например производство пластмассовых предметов интерьера для автомобилей. Компания применяет следующие способы мотивации: – Характеристика выполняемой работы. Начало смены сопровождается общим сбором, в котором разъясняются задачи на день, доводится информация до каждого. У каждой бригады есть стенд, на котором вывешены задания и цели на смену; – Профессиональное развитие. Для улучшения качества работы необходимо постоянно получать новые знания и навыки. Очень эффективными являются проводимые лекции, семинары. Если работник показывает лучший результат после тестирования, то ему доверяется более ответственная работа. Так, все контроллеры качества были ранее рядовыми операторами производственной линии. – Обратная связь. Компания регулярно проводит собрания, на которых обсуждаются проблемы, вопросы и пути их решения. Работникам предоставляется обсуждение и комментирование любых изменений. Каждый вправе обратиться за помощью к начальству и быть услышанным. – Стиль руководства. В своей практике руководство пытается увеличить долю участие работников в решении производственных задач, получать от них советы, консультироваться с ними. Это дает положительный эффект, так как каждый работник может ощутить свою значимость в коллективе и в компании, влияя на принятие решений. – Постановка ясных целей. Каждый работник четко знает свое задание, а каждый начальник смены знает определенное и точное количество, которое нужно произвести за смену. Эта информация доводится в течение собрания в начале смены. – Одобрение руководителя. Признание заслуг и стимулом мотивации для работника служат слова благодарности и похвалы от начальника, особенно в кругу коллег. Это большая и огромная поддержка для человека. Для подкрепления слов используются: подарки на праздники, частичная оплата питания, благоприятные условия для работника, обращение к работнику за советом и консультацией, трансфер на работу и с работы.

Мотивация очень явно проявляется через поведение людей. Таким образом, суть к пониманию процесса мотивации заложено в понятиях: «ценности», «мотивы», «стимулы», «потребности», «интересы», «побуждение», «ожидание», «вознаграждение», а также в взаимосвязях между ними. Наиболее приемлемо на этой основе разрабатывать программы и инструменты, помогающие активизировать управленческую деятельность на основе функций мотивирования[4].

Микитич Н. В. и Пшеничный В.А. говорят: «Разработан инструмент принятия обоснованных, решений об установлении должностных окладов для работников на повременно — индивидуальной системе оплаты труда. Основная идея инструмента заключается в сопоставлении должностей по единому разработанному набору критериев, присвоении ранга (важности) каждой должности в организации и расчете оптимального размера оплаты труда, соответствующего определенному рангу должности». Зарубежные авторы также устремили все свое внимание на изучение инструментов стимулирования, на их улучшение, а также на более подробное изучение мотивации. Ванда Тибодо, как автор одной из иностранных статей, также подмечает о том, что мотивация необходима для

хорошей работы. Те же самые инструменты что описаны и в русских статьях, она выделяет как основные инструменты мотивации. Есть одна интересная деталь. Самосовершенствование, как написано в статье, позволяет сотрудникам получить образование или курсы, они должны быть лучше на своих рабочих местах. Это мотивирует сотрудников в двух направлениях. Во-первых, это показывает сотрудникам, что они способны достичь с дополнительными навыками или информацией. Это также предоставляет информацию, которая часто может вдохновить на новые идеи или продукты. Менее распространенные формы самосовершенствования может включать в себя возможности для медитации или физических упражнений, каждое из которых может сделать человека чувствовать себя более умным и подготовленным. Бесспорно, что каждый автор старается найти свой подход, но сравнивать единую систему инструментом в различных источниках просто бессмысленно. То же касается и мотивации. Рассуждая на тему мотивации и её различных инструментов два иностранных автора Эми Врзневски и Барри Шварц говорят о том, что существуют два вида мотивации: внутренняя и инструменты мотивации. Они пишут, что: «Существует искушение среди педагогов и инструкторов, чтобы использовать все мотивационные инструменты доступны для набора участников или повышения производительности». Из всего выше сказанного анализа различных статей, можно сказать, что уделяется большой объем внимания для развития набора этих инструментов. На каждом предприятии есть свой набор инструментов, который очень эффективно работает, кто-то из экспертов составляет свой наилучший рейтинг или список, что должно входить в методы или инструменты мотивации, но все они преследуют одно — мотивирование персонала на более эффективную работу[5].

Процесс трудовой мотивации можно подвергнуть частичной «оцифровке», однако невозможно применять цифровые механизмы в этой области полностью. Одним из способов мотивации к работе в новых условиях может являться сам процесс частичной автоматизации, людям свойственно узнавать новое, чувствовать свою значимость при решении сложных задач с использованием более совершенных технологий.

Цифровая экономика стимулирует работника получать дополнительные не свойственные его профессии компетенции. Это вызвано необходимостью умения и владения навыками применения автоматизированных информационных технологий, что раньше относилось к должностным обязанностям системных администраторов и программистов. Стимулировать работников расширять знания и умения должны работодатели через формирование мотивационного механизма эффективной трудовой деятельности адекватного реалиям цифровой экономики [6].

Таким образом, в условиях цифровизации организации вынуждены пересмотреть способы и формы трудовой мотивации, условия информирования работников, провести обучение персонала, ведь к работникам будут предъявляться другие компетенционные требования. Однако основной задачей HR - менеджеров в условиях цифровизации должен оставаться человек, необходимо учитывать влияние автоматизации на взаимодействие работников друг с другом, налаживать обратные коммуникации.

Список литературы

1. Авдеев В.В. Управление персоналом. Технология формирования команды / В.В. Авдеев. — М: Финансы и статистика, 2019 — 120 с.
2. Аллин О. Н., Сальникова Н. И. Кадры для эффективного бизнеса. Подбор и мотивация персонала; Генезис — Москва, 2019. — 248 с.
3. Амелин С.В., Щетинина И.В. Организация производства в условиях цифровой экономики / С.В, Амелин, И.В. Щетинина // Организатор производства. — 2018. — № 4. — С. 718.
4. Бакирова Г. Х. Психология развития и мотивации персонала; Юнити-Дана — Москва, 2013. — 440 с.

5. Бухт Р., Хикс Р. Определение, концепция и измерение цифровой экономики // Вестник международных организаций, 2018. Т. 13. № 2. С. 143-172.
6. Зарубина Е. В. Мотивация человеческих ресурсов: понятие, сущность, структура // Аграрное образование и наука. - 2017. - № 4. - 34 с.

The digital twin as a virtual copy of real production is the basis for improving the efficiency of innovation activity of industrial systems

В.Н. Raimbekov¹, А. Sabyrzhan²

^{1,2}Candidate of Economic Sciences, Professor of the Department of Economics and International Business

RBH2006@yandex.ru, alisher-aliev-79@mail.ru

^{1,2}Karaganda University named after Academician E.A.Buketov, Karaganda

Abstract: the effectiveness of innovation activity is largely determined by the state of organizational and managerial structures of the enterprise, which should be focused on making effective decisions in the context of the introduction of digital technologies. The article considers the possibilities of using digital twin technology to manage the innovation activities of industrial enterprises. It is proved that the digital twin technology makes it possible to obtain information about the properties of a future innovative product faster, reduces the volume of field tests due to virtual tests, as well as through the use of accumulated and analytically processed historical data on the design and operation of similar products.

Keywords: innovation, innovation management, industrial systems, digital twin, industry 4.0, digital economy.

The economy of Kazakhstan in modern conditions needs accelerated development of the innovation sector, characterized by a high share of intellectual capital, the peculiarity of the stages of creating innovative products, from the emergence of a scientific idea to its implementation and embodiment in material form — a product in demand by the market, the production and sale of which should compensate for significant and long-term time investment costs.

Innovative transformation of economic processes in industry is a key priority of the current stage of socio-economic development of Kazakhstan. Innovative activity promotes scientific and technological progress not only at the level of economic entities, but also at the territorial level, while creating prerequisites for sustainable economic growth and improving the quality of life of the population.

Modern industrial enterprises are interested in the production and implementation of innovations in various forms, since innovations, regardless of the type, allow them to increase their competitiveness by reducing production costs or ensuring a monopoly position on the market. In turn, the effectiveness of innovation activity is largely determined by the state of the organizational and managerial structures of the enterprise, which should be focused on making effective decisions in the context of the introduction of digital technologies.

Currently, Kazakhstan's industry is forced to respond to global changes, which are based on digitalization — the process of transition to new management models, the introduction of special business models and management tools related to the use of information technology. Solving the problems of digitalization of the domestic industry is one of the factors of its adaptation and adaptation to the changed institutional environment. These circumstances actualize the need to develop new approaches to managing the development of industrial economic systems, taking into account the peculiarities of the digital economy and the requirements of innovative digital transformations.