

Мир науки. Педагогика и психология / World of Science. Pedagogy and psychology <https://mir-nauki.com>

2021, №4, Том 9 / 2021, No 4, Vol 9 <https://mir-nauki.com/issue-4-2021.html>

URL статьи: <https://mir-nauki.com/PDF/38PSMN421.pdf>

DOI: 10.15862/38PSMN421 (<https://doi.org/10.15862/38PSMN421>)

**Ссылка для цитирования этой статьи:**

Михайлова О.Б., Коба Д.С. Ценностно-мотивационные особенности менеджеров с разным уровнем инновационности // Мир науки. Педагогика и психология, 2021 №4, <https://mir-nauki.com/PDF/38PSMN421.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ.

**For citation:**

Mikhailova O.B., Koba D.S. (2021). Value-motivational characteristics of managers with different levels of innovation. *World of Science. Pedagogy and psychology*, [online] 4(9). Available at: <https://mir-nauki.com/PDF/38PSMN421.pdf> (in Russian)

**Михайлова Ольга Борисовна**

ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы народов», Москва, Россия

Доцент кафедры «Психологии и педагогики»

Кандидат педагогических наук, доцент

E-mail: [olga00241@yandex.ru](mailto:olga00241@yandex.ru)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5046-1452>

РИНЦ: [https://elibrary.ru/author\\_profile.asp?id=619430](https://elibrary.ru/author_profile.asp?id=619430)

**Коба Дмитрий Сергеевич**

ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы народов», Москва, Россия

Аспирант направления 19.00.01 «Общая психология, психология личности, история психологии»

Аспирант кафедры «Психологии и педагогики»

E-mail: [koba\\_ds@mail.ru](mailto:koba_ds@mail.ru)

## Ценностно-мотивационные особенности менеджеров с разным уровнем инновационности

**Аннотация.** Главной идеей представленной работы является предположение, что инновационное поведение во многом предопределяется синтезом ценностей и мотивов, взаимосвязь которых исследована крайне недостаточно. В статье представлен теоретический и эмпирический анализ ценностно-мотивационных характеристик менеджеров с разным уровнем выраженности инновационности. На основании проведенного теоретического исследования авторами статьи сформулирована гипотеза о наличии значимых различий в ценностно-мотивационных характеристиках у менеджеров с разным уровнем инновационности.

Гипотеза определила цель эмпирического исследования, которая заключалась в установлении связей между ценностно-мотивационными характеристиками и спецификой выраженности инновационности у менеджеров среднего звена, работающих в производственных компаниях. В исследовании приняли участие 83 респондента от 25 до 50 лет, работающих в производственных компаниях Подмосковья. Опрос проводился с помощью следующих методик: (1) методика «Диагностика реальной структуры ценностных ориентаций личности» С.С. Бубновой; (2) опросник «Диагностика мотивационной структуры личности» В.Э. Мильмана; (3) «Шкала самооценки инновативных качеств личности» (Н.М. Лебедева, А.Н. Татарко). Для статистической проверки результатов были использованы Н-критерий Крускала-Уоллиса и коэффициента ранговой корреляции Спирмена.

Полученные эмпирические результаты позволили выявить среди респондентов менеджеров с разным уровнем самооценки инновационности и получить в каждой из групп

специфические данные проявления ценностно-мотивационных характеристик поведения и деятельности.

В заключении статьи авторы сформулировали рекомендации по активизации профессиональной деятельности менеджеров с разным уровнем самооценки инновационности. В частности, важно разрабатывать тренинговые программы, корректирующие ценностно-мотивационную сферу личности с учетом синтеза тех ценностей и мотивов деятельности, которые характерны для групп с высоким, средним и низким уровнем самооценки инновационности.

**Ключевые слова:** ценности; мотивы; ценностно-мотивационная система; менеджеры; самооценка инновационности; уровень инновационности

### Введение

Развитие потенциальных возможностей личности определяется ценностями и мотивами самореализации в личной и профессиональной деятельности. Поиск ценностно-мотивационных приоритетов саморазвития в контексте созидательности и социальной ответственности является одним из ключевых направлений в области междисциплинарных исследований современных гуманитарных наук. Эффективные технологии управления поведением и деятельностью человеческого капитала необходимы для достижения экономического и социально-политического благополучия.

Одним из главных факторов развития и благополучия современного социума на данный момент являются инновации. На поддержку инноваций в обществе и в отдельных организациях выделяются финансовые и технические ресурсы, так как инновации — важное условие жизнеспособности, активности и конкурентоспособности практически каждого предприятия. Инновации обеспечивают интенсивное развитие как экономики, так и общества в целом, они дают возможность более эффективно решать встающие перед государством задачи. Однако при анализе проблем, связанных с инновациями, акцент, как правило, ставится на экономических и организационных сторонах, психологическая же сторона вопроса рассматривается недостаточно. В частности, это ценностно-мотивационный аспект, потому что система менеджмента, техническое обеспечение, финансовые ресурсы сами по себе бессмысленны без важнейшей их составляющей — человеческого ресурса, который должен создавать и осуществлять инновационные проекты.

Актуальность нашего исследования состоит в том, что на данный момент существует острая необходимость в изучении проблемы ценностно-мотивационных особенностей инновационности личности, так как важную роль в проявлениях инновационности играют индивидуальные и социальные ценности личности, а также внешняя и внутренняя мотивация. Таким образом, можно сказать, что основой целенаправленной деятельности личности является ценностно-мотивационная сфера, которой руководствуется человек.

В зарубежных исследованиях интерес к психологическому аспекту инновационности возник во второй половине XX века. Был разработан широкий круг концепций и подходов, которые посвящены инновационному поведению, инновационному потенциалу организации и когнитивным стилям, отвечающим за склонность человека к инновациям (R.A. Bruce, T. Amabile, R.M. Kanter, M. West, M. Basadur, E. Hagen, M. Kirton, J. Farr, J.P.J. De Jong и др.) [1–3].

Несмотря на многочисленные исследования характеристик ценностно-мотивационных аспектов трудовой деятельности, проводимых в России (В.Н. Мясищев, К.А. Абульханова-Славская, А.Н. Леонтьев, А.Г. Ковалев, В.Д. Шадриков, Е.П. Ильин, В.Г. Асеев и др.) и за рубежом (А. Маслоу, Ф. Герцберг, В. Врум, Дж. Адамс, Л. Портер, Э. Лоулер, Х. Хекхаузен и т. д.) [4–6], следует отметить, что исследования структуры ценностно-мотивационных

характеристик и выявление связей этих характеристик с уровнем выраженности инновационности являются востребованными современной практикой управления персоналом [7; 8].

Инновационное поведение во многом предопределяется синтезом ценностей и мотивов, взаимосвязь которых исследована крайне недостаточно. Поиск различий в ценностно-мотивационной системе и их взаимосвязей с маркерами инновационности позволит выявить систему ценностно-мотивационных триггеров, на которые важно ориентироваться при развитии инновационности личности [9; 10].

Инновационность рассматривается нами как интегративный комплекс личностных качеств, позволяющих активно воспринимать, профессионально и креативно оценивать, настойчиво внедрять, оперативно распространять и продвигать в использовании новшества. Наиболее полно инновационность может быть выражена в деятельностной активности личности [11; 12]. Основанием для развития деятельностной активности являются профессиональные и трудовые ценности и мотивы. Следовательно, ценностно-мотивационная система активно влияет на формирование и развитие инновационного поведения и инновационности личности, выступая как предпосылкой, так и блоком человеческого потенциала. Ценностно-мотивационное отношение к инновационной деятельности предопределено как совокупностью внутренних потребностей, так и наличием внешних условий и общественно-сложившихся ценностей, побуждающих к активной профессиональной деятельности и развивающих гражданскую и профессиональную идентичность [13; 14].

Таким образом, цель нашего эмпирического исследования заключается в установлении связей между ценностно-мотивационными характеристиками и спецификой выраженности инновационности, в частности, у менеджеров среднего звена, работающих в производственных компаниях.

### Методики исследования

Организация исследования основывалась на следующих предположениях: (1) существуют статистически значимые различия в ценностно-мотивационных особенностях у менеджеров с разным уровнем инновационности; (2) в группах менеджеров с разным уровнем инновационности выражены специфические взаимосвязи мотивов и ценностей.

В исследовании приняли участие 83 менеджера среднего звена (занимающие должности руководителя производственной группы, начальника отдела и т. д.), возрастной диапазон выборки — 25–50 лет, 58 мужчин и 25 женщин. С целью изучения ценностно-мотивационных особенностей проявлений инновационности нами были использованы следующие методики: (1) методика «Диагностика реальной структуры ценностных ориентаций личности» С.С. Бубновой; (2) опросник «Диагностика мотивационной структуры личности» В.Э. Мильмана; (3) «Шкала самооценки инновативных качеств личности» (Н.М. Лебедева, А.Н. Татарко) [15]. Анализ результатов исследования проводился с помощью математико-статистических методов. Для статистической проверки различий в проявлениях инновационности и ценностно-мотивационных характеристиках был выбран Н-критерий Крускала-Уоллиса, а для выявления специфики взаимосвязей ценностно-мотивационных характеристик в группах с разным уровнем инновационности был проведен корреляционный анализ с использованием коэффициента ранговой корреляции Спирмена.

### Результаты

В результате интерпретации полученных данных по методике "Шкала самооценки инновационных качеств личности" были выявлены три группы респондентов с разным уровнем проявления инновационности:

- *первую группу с низким уровнем самооценки инновационности* составили 18 человек (22 % от общей выборки);
- *во вторую группу со средним уровнем самооценки инновационности* вошли 41 человек (49 %);
- *третью группу с высоким уровнем самооценки инновационности* составили 24 человека (29 %). Описательная статистика характеристик инновационности в общей выборке представлена в таблице 1.

Таблица 1

Описательная статистика параметров инновационности в общей выборке (n = 83)

Переменные	Минимум	Максимум	Среднее	Медиана
Креативность	2	5	3,75	3,5
Риск ради успеха	1,5	5	3,1	3,25
Ориентация на будущее	1,5	4,8	3,41	3,75
Общий индекс	2,25	4,92	3,42	3,58

Составлено автором

Далее мы провели статистическую оценку различий выраженности инновационных качеств личности в трех группах менеджеров по Н-критерию Крускала-Уоллеса (табл. 2).

Таблица 2

Статистическая оценка различий выраженности инновационных качеств личности в трех группах менеджеров (n = 83)

Название шкал	Средние ранги в группе			Н-критерий	Уровень значимости
	низкий	средний	высокий		
Креативность	12,25	38,4	70,46	63,512	0,001**
Риск ради успеха	11,61	41,48	65,69	52,635	0,001**
Ориентация на будущее	11,08	41,72	65,67	52,274	0,001**
Общий индекс инновационности	9,5	39	71,5	69,594	0,001**

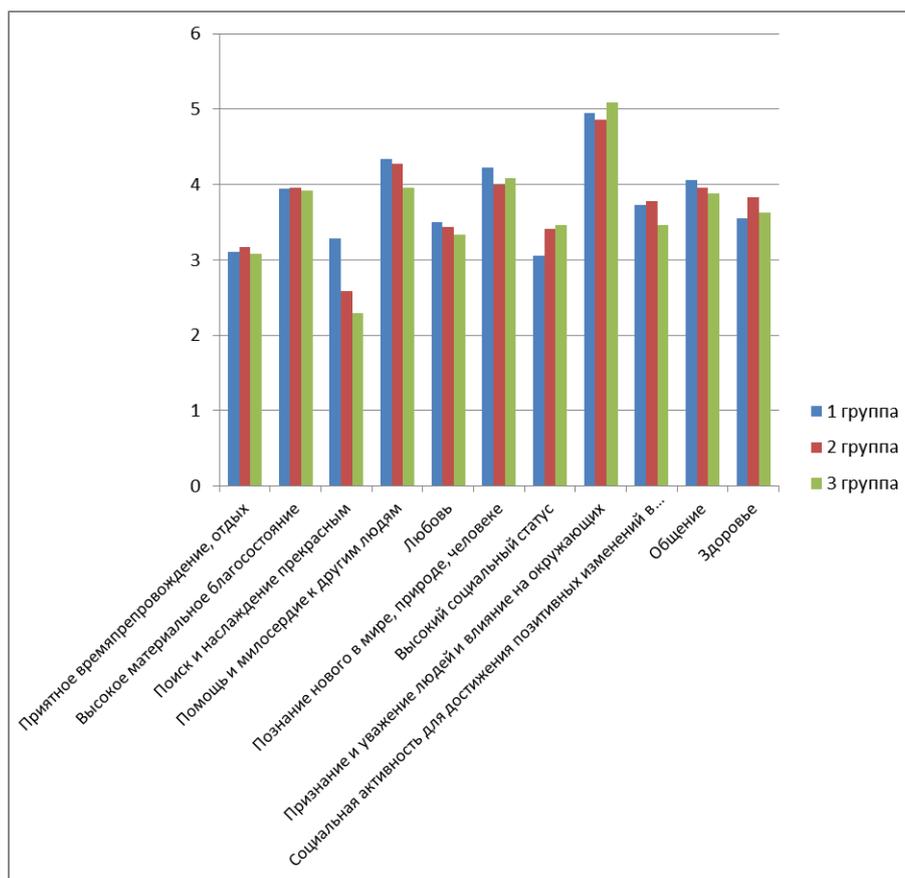
Примечание: \*\* — показатели критерия, значимые на 0,01 % уровне. Составлено автором

По данной методике нами были найдены различия по шкалам: "Креативность" (N = 63,512,  $p < 0,01$ ), "Риск ради успеха" (N = 52,635,  $p < 0,01$ ), "Ориентация на будущее" (N = 54,274,  $p < 0,01$ ), "Общий индекс инновативности" (N = 69,584,  $p < 0,01$ ). Следовательно, между такими компонентами инновационности, как креативность, риск ради успеха, ориентация на будущее и общий индекс инновационности есть статистически значимые различия в группах менеджеров с различным уровнем инновационности.

Следующим этапом исследования было выявление структуры ценностных ориентаций у менеджеров с помощью методик «Диагностика реальной структуры ценностных ориентаций личности» С.С. Бубновой. В результате обработки теста были обнаружены различия в выраженности ценностных ориентаций в общей выборке.

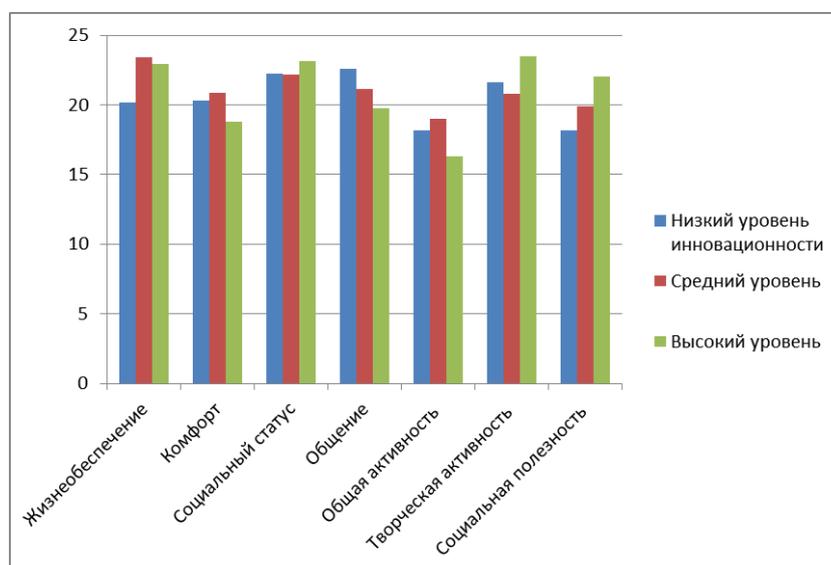
Интересно, что респонденты, имеющие низкий уровень инновационности, продемонстрировали более высокие результаты по таким шкалам, как *помощь и милосердие к другим людям и познание нового в мире, признание и уважение людей и влияние на окружающих*.

Для респондентов из группы со средним уровнем самооценки инновационности характерны более высокие результаты по шкалам: *общение и познание нового в мире, признание и уважение людей и влияние на окружающих, а также помощь и милосердие к другим людям*. Респонденты, имеющие высокий уровень самооценки инновационности, характеризуются преобладанием таких ценностей, как *помощь и милосердие к другим людям и познание нового в мире, признание и уважение людей и влияние на окружающих* (рис. 1).



**Рисунок 1.** Диаграмма выраженности ценностных ориентаций по трем группам ( $n_1 = 18$ ,  $n_2 = 41$ ,  $n_3 = 24$ ) (составлено автором)

Далее была использована методика «Диагностика мотивационной структуры личности» В.Э. Мильмана для выявления мотивационной структуры личности у менеджеров. В результате обработки полученных материалов были обнаружены различия в мотивационной структуре в общей выборке (рис. 2).



**Рисунок 2.** Диаграмма выраженности мотивационной структуры у респондентов из трех групп ( $n_1 = 18$ ,  $n_2 = 41$ ,  $n_3 = 24$ ) (составлено автором)

Для менеджеров, обладающих низким уровнем самооценки инновационности, характерными являются более высокие значения по шкалам *социальный статус и общение*. Для респондентов со средним уровнем характерны более высокие показатели по таким видам мотиваций, как *жизнеобеспечение и социальный статус*. Для менеджеров с высоким уровнем самооценки инновационности наиболее высокие значения выявлены по шкалам *творческая активность, социальный статус и жизнеобеспечение*.

По методике "Мотивационная структура личности" были найдены значимые различия в трех группах с различным уровнем инновационности по шкалам "Жизнеобеспечение" ( $N = 21,602$ ,  $p < 0,01$ ), "Комфорт" ( $N = 7,335$ ,  $p < 0,05$ ), "Общение" ( $N = 18,02$ ,  $p < 0,01$ ), "Общая активность" ( $N = 7,128$ ,  $p < 0,01$ ), "Творческая активность" ( $N = 7,85$ ,  $p < 0,05$ ), "Социальная активность" ( $N = 12,234$ ,  $p < 0,01$ ). По шкале "Социальный статус" значимых различий выявлено не было.

Далее мы провели корреляционный анализ ценностно-мотивационных характеристик в группах менеджеров с разным уровнем самооценки инновационности. **В группе специалистов с низким уровнем самооценки инновационности ( $n = 18$ )** были выявлены положительные взаимосвязи между шкалами *общей активности и социальной активности для позитивных изменений в обществе* ( $r = 0,479$ ,  $p < 0,05$ ), кроме того, обнаружена взаимосвязь между *социальной активностью для позитивных изменений в обществе* и мотивами *жизнеобеспечения* ( $r = 0,433$ ,  $p < 0,05$ ).

Значимые корреляции были получены по шкалам *признание и уважение людей и влияние на окружающих* ( $r = 0,675$ ,  $p < 0,05$ ), также выявлена взаимосвязь по шкалам *общение*, представленным и в мотивационной структуре, и в ценностях ( $r = 0,560$ ,  $p < 0,05$ ).

Следует отметить, что в группе менеджеров с низкой самооценкой инновационности в ценностях и мотивах преобладают показатели социальной активности для позитивных изменений в обществе, общительности при высокой ценности признания и уважения и мотивах влияния на окружающих. Очевидно, что ценностно-мотивационный потенциал у данной группы имеет свои отличительные характеристики и может быть учтен при внедрении технологий развития инновационности для данной группы респондентов.

В результате данных корреляционного анализа **в группе респондентов со средним уровнем самооценки инновационности ( $n = 49$ )** были получены статистически значимые результаты между ценностями *высокого социального статуса и управления людьми* и мотивами *социальной полезности* ( $r = 0,437$ ,  $p < 0,05$ ), между ценностями *социальной активности для позитивных изменений в обществе* и мотивами общения ( $r = 0,527$ ,  $p < 0,05$ ). Интересно, что шкала ценностей *любовь* у данной группы респондентов связана со шкалой мотивов *социальный статус* ( $r = 0,645$ ,  $p < 0,05$ ). Следовательно, для данной группы респондентов важны ценности и мотивы социального статуса, мотивы общения и социальной полезности деятельности, на которые необходимо опираться при развитии инновационности в данной группе.

**В группе с высоким уровнем самооценки инновационности ( $n = 24$ )** были исследованы корреляционные взаимосвязи между параметрами инновационности и переменными ценностей и мотиваций. Между ценностными ориентациями и мотивационной структурой личности были найдены значимые корреляции по шкалам *социальный статус и приятное времяпрепровождение, отдых* ( $r = 0,453$ ,  $p < 0,05$ ), также была обнаружена обратная взаимосвязь между шкалами *помощь и милосердие к другим людям* и *социальный статус* ( $r = -0,449$ ,  $p < 0,05$ ), *любовь* и *социальный статус* ( $r = -0,478$ ,  $p < 0,05$ ). Кроме того, выявлены корреляции между шкалами *социальная полезность* и *здоровье* ( $r = 0,408$ ,  $p < 0,05$ ).

У данной группы респондентов были найдены обратные значимые корреляции между ценностной структурой личности и уровнем инновационности по следующим шкалам:

*приятное времяпрепровождение, отдых и риск ради успеха* ( $r = -0,434$ ,  $p < 0,05$ ); *любовь и креативность* ( $r = -0,437$ ,  $p < 0,05$ ). Менеджеры с высоким уровнем инновационности не считают риск ради успеха желаемой ценностью, а ценность любви отрицательно влияет на креативность. Также значимые связи по шкалам *высокий социальный статус и управление людьми* и *риск ради успеха* ( $r = 0,477$ ,  $p < 0,05$ ) свидетельствуют о готовности представителей данной группы идти на риск ради достижения высокого социального статуса.

### Обсуждение и выводы

В результате проведенного исследования на выборке менеджеров среднего звена с применением методов статистического анализа было выявлено, что у специалистов, обладающих низким уровнем инновационности, наблюдается стремление к получению высокого социального статуса, достижению влияния, власти и уважения со стороны других людей. В то же время у них присутствует стремление к получению новых знаний, а также альтруистические тенденции, такие, как помощь и милосердие к окружающим. Менеджеры, имеющие низкий уровень инновационности, стремятся проявлять свою активность, чтобы попытаться повлиять на ситуацию в обществе в положительную сторону. Кроме того, чем выше показатель креативности, тем более низкий уровень альтруистических тенденций был выявлен у менеджеров данной группы.

Менеджеры, обладающие средним уровнем инновационности, считают важным общение с окружающими, познание нового, они ценят признание и уважение, а также влияние на окружающих. Они придают большое значение помощи и милосердию к окружающим, а также у этой группы ярко выражено стремление к материальному благополучию и социальному статусу.

Для менеджеров с высоким уровнем инновационности характерно познание нового, проявление помощи и милосердия к другим, а также они придают большое значение уважению со стороны окружающих и влиянию на людей. Главные мотивы их действий — это стремление к творческой активности, достижение желаемого социального статуса и жизнеобеспечение для поддержания требуемого уровня жизни. В то же время менеджеры, стремящиеся к достижению статусности, практически не имеют альтруистической направленности.

С целью активизации профессиональной деятельности менеджеров с разным уровнем самооценки инновационности важно разрабатывать тренинговые программы, корректирующие ценностно-мотивационную сферу личности. Со специалистами, имеющими низкий уровень инновационности, необходимо проводить мотивационные тренинги, направленные на развитие созидательности и социальной значимости профессиональной деятельности. С менеджерами со средним уровнем инновационности возможны коррекционно-развивающие программы, направленные на повышение самооценки и стремления к профессиональному саморазвитию. Специалистам с высоким уровнем инновационности для развития ценностно-мотивационной основы активности необходимы такие виды тренинговых программ, содержание которых направлено на созидательность, общественную ценность деятельности и социальную ответственность.

### ЛИТЕРАТУРА

1. Weinberger, E., Wach, D., Stephan U., Wegge, J. Having a creative day: Understanding entrepreneurs' daily idea generation through a recovery lens // Journal of Business Venturing. 2018. vol. 33(1), p. 1–19.

2. Michaelis T.L., Scheaf D.J., Carr J.C., Pollack J.M. An agentic perspective of resourcefulness: Self-reliant and joint resourcefulness behaviors within the entrepreneurship process // *Journal of Business Venturing*. 2020. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2020.106089>.
3. Moss T.W., Dahik Loo A.C., Parada F.D. Partnerships as an enabler of resourcefulness in generating sustainable outcomes // *Journal of Business Venturing*. 2021. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2020.106089>.
4. Журавлев А.Л., Купрейченко А.Б. Структура и личностные детерминанты экономического самоопределения субъекта // *Психологический журнал*, 2008. Т. 21. № 2. С. 5–15.
5. Токарева Ю.А. Мотивация трудовой деятельности персонала: комплексный подход: монография / Ю.А. Токарева, Н.М. Глухенькая, А.Г. Токарев; Урал. федер. ун-т им. Б.Н. Ельцина, Шадр. гос. пед. ун-т. — Шадринск: ШГПУ, 2021. — 216 с.
6. Жданкин Н.А., Суанов В.М. Интегративный показатель мотивации персонала как ключевой индикатор реализации инновационной стратегии // *Экономика: вчера, сегодня, завтра*. 2019. Т. 9. № 1–1. С. 308–319.
7. Алексахин А.В., Алексахина Ю.В., Гридчина А.В., Добрышина Л.Н. Инновационный потенциал интеллектуальных организаций: монография / А.В. Алексахин, Ю.В. Алексахина, А.В. Гридчина, Л.Н. Добрышина. — Тверь: Твер. гос. ун-т, 2019. — 160 с.
8. Дохильгова Д.М., Мисаков В.С. Проблемы и особенности разработки модели управления выстраиванием инновационного потенциала человеческого капитала в региональной экономической системе // *Естественно-гуманитарные исследования*. 2020. № 31(5). С. 107–110.
9. Урсакий Ю.А. Эффективное управление инновациями как средство повышения конкурентоспособности предприятия // *Научный вестник Одесского национального экономического университета*. 2019. № 2(265). С. 197–217.
10. Сотникова К.И. Где искать корни инновационности: взаимосвязь между инновационной средой и системой управления // *Ученые записки Российского государственного социального университета*. 2014. № 1(123). С. 105–111.
11. Авдеева Е.А., Копаева Д.В. Инновационность персонала как определяющий фактор развития компании // *Экономика в инвестиционно-строительном комплексе и ЖКХ*. 2019. № 1(16). С. 151–157.
12. Mikhailova O.V., Kudinov S.I., Marin Jerez K.G. Value-Motivational Characteristics of Innovativeness as Prospects for Successful Self-Fulfillment // *Mediterranean Journal of Social Sciences*. 2015. Т. 6. № 3. С. 105–112.
13. Михайлова О.Б. Гендерные особенности становления инновационного потенциала у студентов // *Вестник Российского университета дружбы народов*. Серия: Психология и педагогика. 2014. № 2. С. 42–49.
14. Михайлова О.Б., Щеголев А.А. Гражданственность и патриотизм как основы инновационного развития личности в поликультурном обществе // *Человек и образование*. 2014. № 3(40). С. 51–55.
15. Михайлова О.Б., Кущазли М.И. Особенности проявления и стратегии преодоления профессиональных деформаций у педагогов // *Психология образования в поликультурном пространстве*. 2016. № 34(2). С. 37–42.
16. Лебедева Н.М., Бушина Е.В., Черкасова Л.Л. Ценности, социальный капитал и отношение к инновациям // *Общественные науки и современность*. 2013. № 4. с. 28–41.

**Mikhailova Olga Borisovna**

Peoples' Friendship University of Russia, Moscow, Russia

E-mail: [olga00241@yandex.ru](mailto:olga00241@yandex.ru)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5046-1452>

RSCI: [https://elibrary.ru/author\\_profile.asp?id=619430](https://elibrary.ru/author_profile.asp?id=619430)

**Koba Dmitrij Sergeevich**

Peoples' Friendship University of Russia, Moscow, Russia

E-mail: [koba\\_ds@mail.ru](mailto:koba_ds@mail.ru)

## Value-motivational characteristics of managers with different levels of innovation

**Abstract.** The main idea of the presented work is the assumption that innovative behavior is largely predetermined by the synthesis of values and motives, the relationship of which has not been sufficiently studied. The article presents a theoretical and empirical analysis of the value-motivational characteristics of managers with different levels of expression of innovativeness. On the basis of the theoretical study, the authors of the article formulated a hypothesis about the presence of significant differences in value-motivational characteristics among managers with different levels of innovativeness.

The hypothesis determined the goal of the empirical study, which was to establish links between value-motivational characteristics and the specificity of the severity of innovativeness among middle managers working in manufacturing companies. The study involved 83 respondents from 25 to 50 years old, working in manufacturing companies in the Moscow region. The survey was carried out using the following methods: (1) methodology "Diagnostics of the real structure of personal value orientations" by S.S. Bubnova; (2) questionnaire "Diagnostics of the motivational structure of personality" by V.E. Milman; (3) "Scale of self-assessment of innovative personality traits" (N.M. Lebedeva, A.N. Tatarko). For statistical verification of the results, the Kruskal-Wallis H-test and Spearman's rank correlation coefficient were used.

The empirical results obtained made it possible to identify managers with different levels of self-assessment of innovativeness among the respondents and to obtain in each of the groups specific data on the manifestation of value-motivational characteristics of behavior and activity.

At the end of the article, the authors formulated recommendations to enhance the professional activity of managers with different levels of self-assessment of innovativeness. In particular, it is important to develop training programs that correct the value-motivational sphere of the individual, taking into account the synthesis of those values and motives of activity that are characteristic of groups with high, medium and low self-esteem of innovativeness.

**Keywords:** values; motives; value-motivational system; managers; self-assessment of innovativeness; level of innovativeness