

УДК 331.101.3: 330.341.1

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПІДХОДИ ДО МОТИВАЦІЇ В ІННОВАЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

А.І. Бутенко, д.е.н., професор

Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України, Одеса, Україна

Бутенко А.І. Концептуальні підходи до мотивації в інноваційній діяльності підприємства.

Стаття присвячена поясненню загальних концептуальних підходів до мотивації і можливість їхнього застосування в інноваційній діяльності підприємства. Проаналізовані три сучасних концептуальних підходу до мотивації працівників. Розкрито необхідність використання накопичених теоретичних розробок в напрямку мотивування працівників до інноваційної діяльності. Запропоновано напрямки використання окремих положень загальних теорій мотивації при стимулюванні працівників до інноваційної діяльності.

Ключові слова: концептуальний підхід, теорії мотивації, інноваційна діяльність

Бутенко А.И. Концептуальные подходы к мотивации в инновационной деятельности предприятия.

Статья посвящена объяснению общих концептуальных подходов к мотивации и возможность их использования в инновационной деятельности предприятия. Было проанализировано три современных концептуальных подхода к мотивации работников. Было раскрыто необходимость использования накопленных теоретических разработок в направлении мотивирования работников к инновационной деятельности. Предложены пути использования отдельных положений общей теории мотивации для стимулирования работников к инновационной деятельности.

Ключевые слова: концептуальный подход, теории мотивации, инновационная деятельность

Butenko A.I. Conceptual approaches to motivation in the innovative activity of enterprise.

The article is devoted to explanatory of general conceptual approaches to motivation and their possible application in the innovative activity of an enterprise. Three modern conceptual approaches to personnel motivation were analysed. The necessity of usage of accumulated theoretical aiming at motivating employees to an innovative activity was discussed. The ways of usage of some motivation theoretical foundations to motivate employees to an innovative activity were proposed.

Keywords: conceptual approach, motivation theory, innovative activity

Успішність інноваційної діяльності підприємства залежить не тільки фінансових і матеріальних можливостей, але визначається здатністю працівників освоювати нові технології та їх прагненням до досягнення високих результатів. З ростом інноваційної спрямованості в діяльності підприємств спостерігається переоцінка цінностей, зміна рушійних мотивів і стимулів у працівників, що робить закономірним періодичне осмислення теоретичних джерел для внесення необхідних змін в діючі методи мотивації. Для успішного розвитку інноваційної діяльності необхідно приділяти значну увагу питанням мотивації, тому що тільки зацікавлені в роботі працівники зможуть створити продукт з новими якість. В умовах України питання мотивації працівників стоїть особливо гостро, тому що набувають стійкого характеру негативні тенденції в кадрових питаннях, такі як:

- збільшення кількості фахівців з вищою освітою, які виїжджають на працевлаштування в інші країни,
- обмеження можливості отримання вищої освіти.

Україна посідає перше місце в п'ятірці країн з найбільшою кількістю мігрантів (12,6%), випереджаючи Мексику, Росію та Індію. За даними Інституту демографії та соціальних досліджень ім. Птухи НАН України на постійне місце проживання планують виїхати 5,6% молодих фахівців. Ідуть кращі, ті хто може бути затребуваний в іноземних компаніях. Постає питання кого ми скоро будемо мотивувати? Тому вирішення питання мотивації працівників до інноваційної діяльності в Україні ускладнюється. Всі ці обставини примушують активізувати пошуки сучасних концептуальних підходів по вдосконаленню системи мотивації працівників до інноваційної діяльності на підприємстві.

Аналіз останніх досліджень та публікацій

Серед вітчизняних вчених найбільших успіхів у розробці питань мотивації досягли Д. Богиня, О. Бугуцький, І. Грузіна, В. Геєць, Г. Дмитренко, О. Єськов, А. Колот, Т. Лелейко, П. Маковсєв, В. Степанов.

Інтерес представляють роботи Н.О. Волгіна, Б.М. Генкіна, А. Маршалла, Г.П. Самаріної, О.Л. Свенцицького. Особливий внесок в розробку питань мотивації зробили зарубіжні вчені, такі як

П. Друкер, В. Зігер, Л. Ланг, Д. Макгрегор, М. Мескон, В. Оучи, Е. Мейо.

Не зважаючи на численні розробки в питаннях мотивації, ще недостатньо розроблені концептуальні засади мотивації працівників до інноваційної діяльності на підприємстві.

Метою статті є дати узагальнююче, збалансоване відображення концептуальних підходів до мотивації в інноваційній діяльності на рівні підприємства в сучасних умовах.

Виклад основного матеріалу дослідження

Інноваційна діяльність на підприємстві залежить не тільки від фінансових і матеріальних можливостей, але і від якості управління. Управління реалізується за допомогою функцій: прогнозування, планування, організації, координації, контролю і мотивації. Як показує практика, фактором успіху підприємства сьогодні є мотивовані фахівці. Особливо актуально це питання для інноваційної діяльності. Специфіка інноваційної діяльності в тому, що вона складається з великої кількості етапів, де результат функціонування попереднього етапу, є підставою для початку наступного. Кожен етап має свою організаційну форму, своє цільове призначення, свою специфіку управління і певний контингент працівників. Таке становище відображається і в підходах до мотивування працівників. На рис. 1 приведена схема інноваційної діяльності у взаємозв'язку з теоріями мотивації. Формулювання концепції нового продукту здійснюється на основі незадоволених потреб споживачів з урахуванням чинників зовнішнього середовища і внутрішніх можливостей підприємства. До чинників зовнішнього середовища відносять: політичну стабільність в суспільстві, прозорість податкової системи, рівень розвитку ринку праці. На процес формулювання нового продукту здійснюють вплив чинники внутрішнього стану підприємства, такі як система управління, розвиток соціальної сфери підприємства, кваліфікація працівників, фінансові можливості підприємства.

Етапи формулювання концепції нового продукту і створення дослідного зразка потребують особливої уваги зі сторони розробників системи мотивації. У найзагальнішому вигляді мотивація людини до діяльності розуміється як сукупність рухомих сил, які спонукають людину до здійснення певних дій. Ці сили знаходяться зовні і у середині людини і спонукають її усвідомлено або ж не усвідомлено здійснювати деякі вчинки [8]. Тобто мотивація – це сукупність внутрішніх і зовнішніх рухомих сил, які спонукають людину до діяльності, задають кордони, форми діяльності і додають цій діяльності спрямованість орієнтовану на досягнення цілей організації [11].

Процес мотивації завершується виробленням мотиву. Мотив – це та причина, яка визначає вчинки людини і фіксує що і як треба зробити. Якщо мотив ініціює дії по реалізації потреби, то у різних людей ця проблема буде вирішена по

різному. Це залежить від психоемоційного стану людини, його виховання, освіти, ситуації, особистого досвіду.

Проблемам мотивації професійної діяльності присвячено багато праць відомих учених. Підкреслюючи важливість цієї проблеми Р. Лікерт вважає мотивацію «ядром управління» [12]. Ефективне управління нерозривно пов'язане з розумінням мотивів працівника. Тільки маючи повну інформацію про те, що рухає працівником, що спонукає його до діяльності, можливо розробити гідні методи управління. Сьогодні в розпорядженні керівника є великий арсенал способів впливу на мотивацію конкретного працівника і кількість методів постійно зростає. Але під впливом внутрішніх і зовнішніх умов мотивуючий чинник сьогодні може бути ефективним, а завтра він може втратити свою ефективність. Тому необхідно постійно проводити коригування підходів до мотивації на основі розроблених теоретичних положень.

Стосовно до умов управління В. Врум і Е. Дісі виділяють три різні концепції мотивації професійної діяльності [13]. Перша «патерналістська» концепція припускає, що чим більше винагороджувати працівників, тим старанніше вони працюватимуть. Величина винагороди не залежить від продуктивності праці та індивідуальних професійних якостей працівника. Як показує практика, такі винагороди дають певний ефект: вони роблять більш привабливою роботу на конкретному підприємстві, зменшують плинність кадрів. Однак є мало доказів того, що такий загальний підхід до винагороди робить прямий вплив на продуктивність праці працівника, а також на творчі та професійні досягнення. Відсутність позитивної залежності між задоволеністю працівника і його продуктивністю свідчить про низьку ефективність «патерналістського» підходу.

Дві інші концепції мотивації відомі як змістовні і процесуальні теорії. Змістовні теорії мотивації спрямовані на визначення потреб, які спонукають людей до дій. Найбільш відомими є теорії А. Маслоу, Д. Макклеланда, К. Альдерфера, Ф. Херцберга.

Якщо спочатку, в 40-50 роках, розробляли теорії, які спиралися на причину поведінки (тобто на потреби), то в подальшому, в 60 роках, почали вивчати й аналізувати сам процес поведінки людини. Такі теорії назвали процесуальними і до них відносять:

- теорія очікування В. Врума (1964 р.);
- теорія справедливості Дж. Адамса (1965 р.);
- теорія постановки цілей Е. Локка (1968 р.);
- комплексна теорія Портера-Лоулера (1968 р.);
- теорія «X-Y» Д. Мак Грегора (60-ті роки);
- теорія Z В. Оучи (1981 р.).

Необхідно відзначити, що перераховані теорії розходяться по ряду ознак, однак вони не є взаємовиключаючими. На сьогоднішній день не

розроблено спеціальної теорії мотивації для використання її в інноваційній діяльності, тому ми пропонуємо розглянути ряд відомих теорій

стосовно певним етапам інноваційної діяльності на підприємстві.

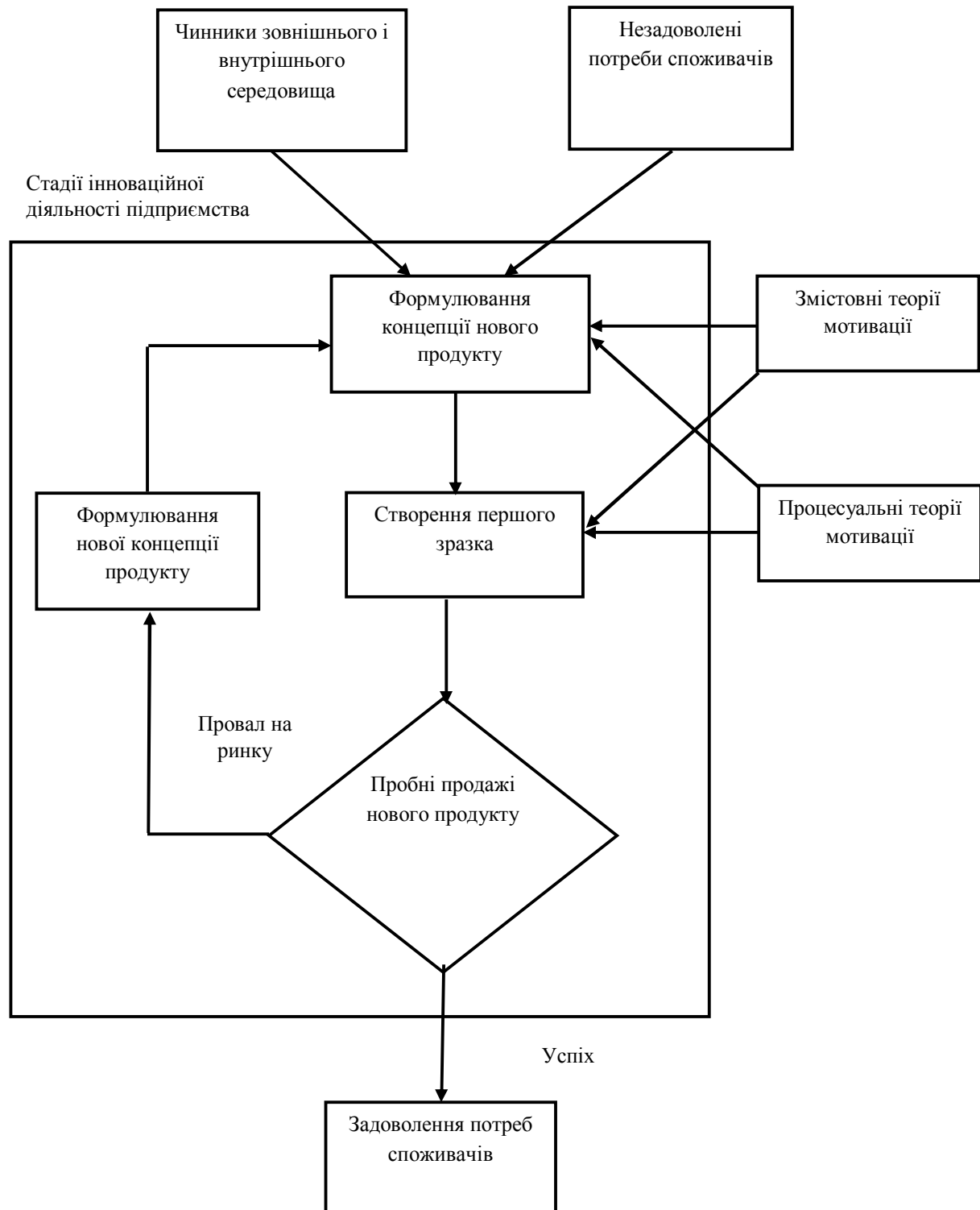


Рис. 1. Взаємозв'язок етапів інноваційної діяльності підприємства і теорій мотивацій (розроблено автором)

Теорія мотивації А. Маслоу (1954) дозволяє проаналізувати схильність до інноваційної діяльності, спираючись на виділену їм ієрархію потреб. На нижньому рівні А. Маслоу розмістив фізіологічні потреби, на середньому – соціальні та вінчають ієрархію потреби у творчості і самовираженні. Останні якраз і характерні для етапів формування концепції нового продукту і створення дослідного зразка. На працівника завжди впливає цілий комплекс потреб, які можна об'єднати в кілька груп, розташували їх за принципом ієрархії. У зв'язку з цим дуже важливим фактором є виявлення потреб підлеглого працівника за допомогою анкетування. За результатами анкетування підбираються відповідні мотиваційні заходи для підвищення зацікавленості працівників в своїй професійній діяльності.

Аналіз потреб підлеглого на основі ієрархічного принципу розташування може допомогти керівнику в реалізації мотивуючих заходів. Спочатку необхідно задовольнити у працівника потреби нижчих рівнів, наприклад потреба у високій заробітній платі, гарантії зайнятості, стабільності робочого місця. Після того, як ці потреби будуть задоволені, використання більш високих стимулів буде виправдано і ефективно.

Практичну цінність мають висновки А. Маслоу про динаміку потреб, про спосіб актуалізації потреб. Відповідно до теорії, у міру задоволення нижчих потреб відбувається актуалізація більш високих устремлень. З точки зору прийняття управлінських рішень це означає, що якщо співробітник стурбований проблемами збереження роботи, то після набуття впевненості в гарантіях зайнятості можна розраховувати на актуалізацію у нього більш високих потреб.

Заслугою А. Маслоу є те, що він виділив творчі потреби і потреби в самовираженні, проте його теорія не в достатній мірі може пояснити поведінку працівників, які займаються інноваційною діяльністю. Перевагою цієї теорії є те, що вона вказує відповідні точки для практичних дій з організації та стимулювання працівників згідно домінуючого рівня їхніх потреб.

Недоліком цієї теорії є той факт, що у різних людей існує різна структура особистості, а отже і різна структура потреб. Так у працівників, які мають творчі нахили, потреба в самореалізації домінує, незважаючи на слабку задоволеність фізіологічних потреб. У більшості фахівців в інноваційній сфері діяльності можуть бути одночасно виражені кілька груп потреб і визначити пріоритет з них досить складно.

Американський вчений К.Альдерфер зробив спробу уточнити і творчо розвинути теорію ієрархії потреб А.Маслоу. Відзначаючи недостатню чіткість в відмінності деяких груп потреб у теорії Маслоу, він виділив всього три групи потреб:

— потреби існування (Existence), до яких він відніс фізіологічні потреби;

— соціальні потреби (Relatedness) і потреби в повазі;

— потреби особистісного зростання (Growth), тобто потреби в самореалізації та участі в управлінні [7].

На відміну від теорії А. Маслоу, яка затверджувала мотивуючий вплив потреб лише при руху від низу до верху, теорія К. Альдерфера допускає, що вплив може йти в обох напрямках. Це ствердження має практичну цінність і може використовуватися в мотивації до інноваційної діяльності.

При розробці заходів щодо мотивації працівників до інноваційної діяльності має сенс використовувати теорію мотиваційних потреб Д. Макклеланда (1961), де зроблена спроба виявити найбільш важливі серед «вторинних потреб», які актуалізуються за умови достатньої матеріальної забезпеченості. Відповідно до даної теорії, працівник може реалізувати три потреби вищого рівня: у владі, в успіху, в приналежності. Всі працівники по-різному відчують потреби у владі і успіху. Однак у різних працівників ці потреби виражені по-різному, або існують в певних комбінаціях [7]. Те, як вони поєднуються, залежить, від вроджених якостей, особистого досвіду, культури поведінки, ситуації. Д. Макклеланд обґрунтував правомірність мотиву до досягнення успіху, як найбільшого спонукання до підприємництва та інноваційної діяльності, також він довів, що більшого прогресу в економіці добиваються тоді і там, коли і де у працівників очевидний високий рівень мотиву до досягнення мети. На його думку, працівник, який орієнтований на досягнення успіху, зазвичай хоче автономії, прагне регулярно отримувати інформацію про конкретні результати своєї роботи, відрізняється більшою організованістю, здатністю передбачати і планувати свої дії. Такий працівник отримує задоволення не стільки від нагороди за виконану працю, скільки від самого процесу праці, особливо від її успішного завершення. На етапі створення дослідного зразка використання такого типу працівників принесе велику користь і сприятиме успішності інноваційної діяльності.

Для мотивації інноваційної діяльності становить інтерес теорія атрибутів Ф. Хайдера (1958 р). Її суть полягає в аналізі бачення однією людиною причин і мотивів поведінки інших людей. Успіх чи невдача в даному випадку обумовлені чотирма факторами: здібностями і зусиллями (внутрішні контрольовані чинники), до неконтрольованих факторів відносяться – складність завдання і щасливий випадок. Теорія атрибутів показує відношення людини до цих факторів, особливо до неконтрольованих, які на відміну від контрольованих мають нестабільний характер. Згідно цієї теорії важливим є не сам фактор, а відношення до нього працівника, його здатність реально оцінювати свої сили, робити правильні висновки як при перемогах, так і при поразках.

Інноваційна діяльність буде більш ефективна, якщо її реалізують фахівці, які націлені на успіх, приписують перемогу своїм здібностям і зусиллям (внутрішнім контрольованим факторам), а невдачу пов'язують з недостатньою мобілізацією своїх резервів. Інноваційна діяльність буде найменш ефективна, якщо її будуть реалізовувати фахівці з гіпертрофованою боязною ураження, з невір'ям у власні сили. Отже, інноваційна діяльність і ризик – нерозривно пов'язані.

Фахівці, які працюють на етапі формування концепції нового продукту повинні володіти особливою евристикою – умінням нестандартно вирішувати завдання. Так, вони чинять опір тиску зовнішніх обставин набагато твердіше, ніж інші працівники. При цьому рішення, які сприяють успіху, замислюються і здійснюються ними швидше, ніж нейтральні або містять небезпеку. Вражаюча риса подібної евристики – вміння моментально знайти підходяще для даної ситуації дію і визначити його темп, реалізувати гнучку модель поведінки при досягненні мети, знаходити плідні ідеї і потрібну інформацію. Особливо цінна в діяльності таких творчих фахівців готовність до виявлення в інформації прихованих смислів. Постійне повернення з нових позицій до колишньої мети, пошук альтернативних шляхів до його досягнення – важливі аспекти менталітету, джерело натхнення [9]. Дж. Равен відзначає також таку якість у фахівця як спостережливість і вміння відшукати «щілину в паркані». Результати його опитувань показали, що розкриття можливостей, схильність пристосовувати інформацію до процесу ухвалення рішення – необхідні риси «творчих працівників», задіяних у розробці концепції нового продукту [9].

Факторами успішної професійної діяльності фахівців – учасників розробки нового продукту, є не тільки внутрішні якості, але і зовнішні соціокультурні контексти діяльності. Прикладом може служити відмінності в інноваційній діяльності США і Японії. Обидві країни характеризуються розвиненим типом інноваційної діяльності, але японські і американські фахівці спираються на різні системи культурних цінностей. Дослідження Н. Хашіми, Х. Тріандіса, Дж. Ніколса, Х. Шера в 80-х роках показали, що культурні відмінності набувають першорядного значення, про що свідчить успіх японського інноваційного підприємництва в порівнянні з американським [12]. Пізніші дослідження Пола і Анана Сараман показали, що індивідуалістичний підхід в менеджменті в Азії не працює. У Японії, Південній Кореї, Китаї та Індії досі важливим залишається культура колективізму, що формує свій азіатський контекст, який по ефективності не поступається американському [12]. Наведені приклади показують, що пряме копіювання іноземних методик не дає очікуваного ефекту. При застосуванні теорій мотивації необхідно враховувати як особливості соціально-економічного розвитку держави, так і менталітет народу.

Великий вплив мала в 60-70 роки двохфакторна модель Ф. Херцберга. Автором теорії до першої групи (гігієнічні фактори) були віднесені такі чинники: умови роботи, заробіток, міжособистісні відносини, політика адміністрації. В іншу групу, на думку Ф. Херцберга, входять «мотиваційні чинники», властиві самому процесу роботи: визнання і схвалення результатів, можливість творчого і ділового зростання, визнання і схвалення результатів роботи. Основне положення теорії Ф. Херцберг полягає в тому, що потрібно використовувати потребу людини в творчому самовираженні як основному стимулі, тобто потрібно стимулювати працю через саму працю. Для цього потрібно змінити організацію праці так, щоб максимально збагатити зміст праці, надаючи працівникам більше ініціативи і відповідальності, більш повно використовуючи їх потенціал. Такий підхід сприятиме підвищенню ефективності інноваційної діяльності. На думку автора, недоліком є, по перше, те, що запропонована модель заперечує альтернативність у впливі різних мотиваційних чинників, по-друге, в сучасних українських реаліях заробітна плата і умови роботи є мотивуючим чинником. Ці обставини необхідно враховувати керівнику при формуванні мотиваційних заходів, тобто не витрачати кошти на розробку мотиваторів, поки не задоволені гігієнічні фактори.

З погляду інноваційної діяльності розглянута модель відповідає специфіці інноваційної діяльності, тому що ця теорія ґрунтується на необхідності використовувати в праці потребу в самовираженні, що багато в чому становить зміст інноваційної діяльності. По-друге класифікація «мотиваторів», запропонована Ф. Херцбергом, якісно характеризує устремління співробітників, які зацікавлені у функціонуванні та розвитку інноваційної діяльності на підприємстві.

У подальшому, з розширенням мотиваційної сфери вчені стали приділяти більше уваги поведінковим аспектам. Такий підхід сприяв появі процесуальних теорій. Процесуальні теорії мотивації відрізняються від інших тим, що її автори признають існування різноманітних потреб працівників, але вважають що основним фактором є поведінка людини, саме від неї залежать результати праці.

Теорія очікування ґрунтується на тому, що наявність активної потреби не є основною умовою мотивації працівника на досягнення певної мети. Має значення той факт, що обраний працівником тип поведінки приведе до задоволення потреби. Дана теорія ґрунтується на понятті "очікування", яке розглядається як оцінка даної особистістю певної події і включає дію трьох факторів: очікування відносно витрат праці і результатів праці (3-P); очікування у співвідношенні результатів і винагороди (P-B) і ступінь задоволеності винагородою. Якщо значення будь-якого з цих трьох факторів буде мало, то мотивація буде слабкою, а отже і низькі результати праці.

Для мотивування інноваційної діяльності ця теорія представляє інтерес тому, що в ній підкреслюється необхідність підвищення якості праці і впевненості в тому, що це буде відзначено керівником. Різні працівники володіють різними потребами, тому конкретне винагороду вони оцінюють по-різному. Отже, керівник повинен зіставити пропоноване винагороду з потребами працівників. Крім того, для ефективної мотивації керівник повинен встановити тверде співвідношення між досягнутими результатами і винагородою.

Ще однією з процесуальних теорій мотивації є теорія справедливості. Згідно цієї теорії працівник вважає винагороду справедливою на основі порівняння. Якщо порівняння показує дисбаланс і несправедливість, то це позначається на ефективності праці [11]. Працівники можуть відновити баланс і почуття справедливості, або зниженням рівня витрачених зусиль, або намагаючись змінити рівень одержуваного винагороду [11]. Практика показує, що зазвичай, коли працівники вважають, що їх ображають матеріально, вони починають працювати гірше. Практика показує, що зазвичай, коли працівники вважають, що їх ображають матеріально, вони починають працювати гірше.

Найбільш повну процесуальну теорію мотивації розробили Лайман Портер і Едвард Лоулер, вони ввели співвідношення між винагородою і результатами праці [8]. У тому моделі процес мотивації залежить від п'яти змінних: витрачені зусилля, сприйняття, отримані результати, винагорода, ступінь задоволеності. Працівник задовольняє свої потреби через винагороду за досягнуті результати. У свою чергу, результати залежать від трьох змінних: зусиль, здібностей і усвідомлення своєї ролі в процесі праці. Рівень витрачених зусиль залежить від цінності винагороду і того, наскільки працівник вірить у справедливість відповідності між витраченими зусиллями і отриманою оплатою праці. Досягнення необхідного рівня продуктивності може викликати внутрішні винагороду (почуття задоволеності, компетентності, самоповаги), а також зовнішні винагороду (публічна похвала керівництва, професійне зростання, більша самостійність у роботі, делегування повноважень, участь у прийнятті рішень).

Для застосування даної теорії у формуванні системи мотивації для працівників, які займаються інноваційною діяльністю, важливим моментом є те, що висока результативність праці є причиною задоволеності, а не навпаки.

У підсумку ця модель внесла значний внесок у розуміння природи мотивації. Вона сприяла розумінню того, що мотивація є не простим елементом у ланцюзі причинно-наслідкових зв'язків, а єдиної взаємозалежної системою, яка об'єднує такі поняття, як зусилля, здібності, результати, винагорода, задоволеність. Звідси випливає, що мотивація є внутрішнім станом, який спонукає, спрямовує і зберігає у працівника

прагнення досягти певних цілей. Мотивація є імовірнісним процесом, те, що мотивує одного працівника в певній ситуації в конкретний момент часу, може не надати жодного впливу на нього в інший час або іншій ситуації.

Необхідно звернути увагу, на те, що при мотивуванні робітників до інноваційної діяльності досі залишається актуальною «X-Y» теорія Д. Макгрегора. Теорія «X» відображає традиційний підхід до управління і заснована на зовнішньому контролі. Теорія «Y» побудована на протилежних принципах, а саме: надання працівникові свободи у професійній діяльності та можливостей для прояву ініціативи.

Для фахівців, які розробляють концепції нового продукту, може бути корисною теорія «Z» В. Оучі. Автор цієї теорії робить акцент на колективних підходах до мотивації, на відміну від існуючих індивідуалістичних прийомів. Колективні прийоми мотивації команди однодумців і здорова атмосфера сприяє підвищенню ініціативи і творчості, що вкрай необхідно на зазначеному етапі інноваційної діяльності.

Висновки

1. Мотивація – складне поняття і представляє собою спонукання конкретного працівника і колективу в цілому до досягнення особистих і колективних цілей підприємства. Мотивація не є реально спостережуваним фактом, це сконструйоване поняття, про неї можна судити за результатами професійної діяльності або з поведінки працівників.

2. Керівнику необхідно добре орієнтуватися в теоріях мотивації. Однак, жодна з існуючих теорій, яка взята окремо, не в змозі вирішити всі виробничі питання, що розглядаються. Тільки комплексне використання багатьох розроблених теорій допоможе керівнику визначити напрямки дій і вчинків, вичерпно відповісти на всі питання.

3. Загальні теорії мотивації допомагають:
— відповісти на питання, які чинники у професійній діяльності працівника знаходяться в прямій залежності від мотиваційного впливу,
— визначити черговість застосування мотиваційних чинників.

4. Ефективність інноваційної діяльності підприємства буде підвищуватися, якщо її будуть реалізовувати ініціативні, компетентні, мотивовані фахівці.

5. Внаслідок подальшого реформування економічних відносин, підвищення конкурентоспроможності продуктивних сил та адаптованості працівників до ринкового середовища буде зростати вплив мотивів, які пов'язані з утриманням праці, прагненням до самореалізації та самовдосконалення.

Поєднання і цілеспрямоване застосування всіх концептуальних підходів і факторів мотивації сприятиме досягненню високого мотиваційного ефекту, самореалізації кожного працівника, а в кінцевому рахунку – покращенню інноваційної діяльності підприємства.

Список літератури:

1. Дмитренко Г.А., Шарапатова Е.А., Максименко Т.М. Мотивация и оценка персонала: Учеб. пособие. – К.: МАУП, 2002. – 248 с.
2. Єськов О.Л. Мотивація і стимулювання праці // Економіка України, 2001. – № 2. – С.15–18.
3. Захарченко В.І. Інноваційний менеджмент, теорія і практика в умовах трансформації економіки: Навч. посіб. для студентів вищ. навч. закл. / В.І. Захарченко, Н.М. Корсікова, М.М. Меркулов. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 446 с.
4. Ипполитов Г.К. Труд создателей новой техники: стимулы и эффективность. – М.: Экономика, 1989. – 112 с.
5. Колот А.М. Мотивація персоналу: Підручник. – К.: КНЕУ, 2002. – 345 с.
6. Краснокутська Н.В. Інноваційний менеджмент: Навчальний посібник. – К.: КНЕУ, 2003. – 504 с.
7. Лепейко Т.И. Генезис современных теорий мотивации //Збірник наукових праць Українського державного морського технічного університету. – Миколаїв, 2004.– С. 3–14.
8. Лук'яненко Н.Д., Бунтовська Л.Л. Мотивація персоналу: Навчальний посібник. – Донецьк, ДонНУ, 2004. – 302 с.
9. Махмудов А., Найденов В. Инновационная политика в Украине // Економіст, 2003 – №9. – С. 59–63.
10. Сладкевич В.П. Мотивационный менеджмент: Курс лекций. – К.:МАУП,2001. – 168 с.
11. Уткин Э.А. Основы мотивационного менеджмента. – М.: Издательство ЭКМОС, 2000. – 352 с.
12. Cooke F.L., Saini D.S. How does the HR strategy support an innovation-orientated business strategy of institutional context and organizational practices in Indian firms // Human Resources Management, 2010. – Vol. 49, №3. – PP. 377–400.
13. Wroom V. Deci E An overview of work motivation //Readings in industrial of organizational psychology. – N.Y.1972
14. Tailor&Francis Online [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dx.doi.org/10.1080/00207543.2012.709650>

Надано до редакції 05.01.2015

Бутенко Анатолій Іванович / Anatolii I. Butenko

Посилання на статтю / Reference a Journal Article:

Концептуальні підходи до мотивації в інноваційній діяльності підприємства [Електронний ресурс] / А.І. Бутенко // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2015. – № 1 (17). – С. 283-289. – Режим доступу до журн.: <http://economics.opu.ua/files/archive/2015/n1.html>