

УДК 658.012.23

СИСТЕМА КАТЕГОРІЙ І ПОНЯТЬ, ПОВ'ЯЗАНИХ З МОТИВАЦІЄЮ  
ІННОВАЦІЙНО АКТИВНОГО ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Безгін К. С. канд. екон. наук, доцент кафедри менеджменту, Донецький національний університет

Гришина І. В. канд. екон. наук, доцент кафедри менеджменту Донецький національний університет

Ушкальов В. В. канд. екон. наук, доцент кафедри економіки підприємства та менеджменту, Харківський національний економічний університет

Успішність розвитку соціально-орієнтованої ринкової економіки все в більшій мірі визначається станом використання трудового потенціалу, ростом ролі й значення людського капіталу як ключового елемента процесів створення цінностей. Це обумовлює необхідність побудови системної моделі активізації та використання особистісного професійного потенціалу працівників підприємств. Реалізація даної моделі розвитку вимагає створення адекватної мотиваційної системи на рівні суб'єктів господарювання, яка б відповідала існуючим потребам підприємств та забезпечувала їм стабільну конкурентну перевагу за рахунок ефективного використання інтелектуальних та трудових ресурсів.

Аналіз фундаментальних та прикладних економічних досліджень свідчить про зростаючу увагу до використання людського фактора в процесі створення цінності на підприємствах в сучасних умовах зростання інтелектуалізації праці. Вплив суб'єктивного фактора, соціально-економічних та соціально-психологічних чинників на забезпечення високої якості відтворювальних процесів досліджували А. Сміт, Г. Бекер, Д. Канеман, Г. Саймон, Г. Хемел, К. Прахалад, Р. Сайерт, Т. Пітер, В. Геєць, Л. Шемаєва, М. Білопольський.

Значний науковий внесок у розробку теоретичних засад мотивації інноваційно-орієнтованих працівників підприємств зроблено такими дослідниками, як: В. Врум, Л. Виготський, Ф. Герцберг, М. Дороніна, О. Єськов, Є. Ільїн, А. Колот, Р. Лайкерт, Е. Лоулер, Д. МакКлелланд, А. Маслоу, Л. Портер та інші. Втім, існуючі наукові погляди на природу трудової активності, що фрагментарно представлені в розрізі вузько спеціалізованих чи нечисленних міждисциплінарних досліджень, на сьогоднішній день не дають системного уявлення про джерела та шляхи інтенсифікації інноваційної активності працівників, не враховують існуючих передумов та активуючої специфіки внутрішнього середовища вітчизняних підприємств. Отже, для побудови ефективної системи продукування інновацій та управління інноваційною активністю необхідно здійснити уточнення структури чинників, що спонукають працівника до реалізації інноваційної активності в трудовій діяльності, визначити характер їхнього взаємозв'язку, кількісні та якісні характеристики їх прояву на сучасних підприємствах та інструментальні засоби їх цілеспрямованого використання.

Метою статті є уточнення понятійно-категоріального апарату, що використовується для визначення та оцінки чинників, які спонукають персонал підприємств до прояву інноваційної активності в трудовій діяльності.

Одним з найбільш уживаних понять, яке комплексно характеризує сукупність чинників, що обумовлюють трудову активність працівника є мотивація. Останнім часом це поняття трактується надзвичайно розмито й багатозначно, що порушує вимогу точності наукових термінів. У найбільш загальному виді поняття «мотивація» розглядається як чинник, що визначає поведінку людини в цілому, який включає в себе наступні види спонукань: мотиви, потреби, інтереси, установки, цілі й ін. У зв'язку із цим категорія мотивація розглядається багатьма авторами, як процес – сукупність етапів, проходячи через які особистість обирає певну дію.

У менеджменті під мотивацією розуміють сукупність внутрішніх і зовнішніх рушійних сил, які спонукають людину до діяльності, задають границі й форми

діяльності й надають цій діяльності спрямованість, орієнтовану на досягнення певних цілей [2]. Залежно від завдань увага вчених фокусується лише на одній або декількох його характеристиках. При цьому деякі дослідники виділяють основні властивості мотивації без належного обґрунтування.

У результаті проведеного термінологічного аналізу всі дефініції поняття «мотивація» умовно можна розділити на дві групи. Перша група «процесних» визначень мотивації [10; 13; 18] основний акцент зміщує на сукупність послідовних взаємозалежних видів дій з боку менеджменту, спрямованих на активізацію персоналу організації. Друга група «суб'єктних» визначень мотивації [1; 6; 7] спрямована на урахування активності суб'єктів, а також їх потреб, мотивів, інтересів, цілей, спонукань.

Семантичний аналіз поняття «мотивація» дозволяє виділити ключові елементи поняття «мотивація». До них належать «процес», «фактор», «спонукання», «діяльність», «потреба», «дія», «ціль», «мотив», «поведінка», «намір», «інтереси», «устремління», «стимул», «умови», «цінність».

Групуючи дані елементи в смислоутворюючі комплекси, які відображають змістовну й сутнісну сторону мотивації, ми можемо визначити її головні складові:

1) «процес спонукання» – цим підкреслюється об'єкт процесу мотивації, у визначеннях різних авторів даний структурний компонент може бути представлено однією з наступних варіацій: активізація працівників, процес спонукання, спонукання до активності й діяльності, спонукання працівників;

2) «сукупність мотивів» – тут підкреслюється спрямованість процесу мотивації, у визначеннях різних авторів дана структурна компонента може бути представлена однією з наступних варіацій: сукупність потреб, комплекс внутрішніх психологічних умов, стан особистості, сукупність факторів, механізмів і процесів, сукупність стимулів, сукупність внутрішніх і зовнішніх рушійних сил;

3) «досягнення цілей» – у даній структурній складовій мова йде про кінцевий результат процесу мотивації, у визначеннях різних авторів даний структурний компонент може бути представлено однією з наступних варіацій: задоволення потреб, досягнення особистих цілей і цілей організації;

4) «процес впливу» – даний компонент демонструє механізм впливу суб'єкта управління на об'єкт, у визначеннях різних авторів даний структурний компонент може бути представлено однією з наступних варіацій: процес впливу на фактори виробничого й соціального середовища, процес виявлення сил (мотивів) і розробки стимулів, застосування спонукальних мотивів і регулювання трудових відносин, створення стимулів, процес формування мотиву.

Дослідження різних підходів до визначення поняття «мотивація» і виділення їх ключових характеристик дозволило уточнити цю дефініцію в такий спосіб: «мотивація – це процес виявлення й використання внутрішніх спонукань і цілей працівника та спрямування його активності на досягнення стратегічних цілей підприємства». Дана дефініція враховує існуючі підходи до визначення поняття «мотивація», в аспекті сукупності послідовних, взаємозалежних дій (процесний підхід), базується на визначенні цілей і активності суб'єкта мотивації (суб'єктний підхід), та концептуально орієнтоване на досягнення підприємством стратегічних цілей.

Мотивацію, як відзначалося вище, ототожнюють із внутрішнім спонуканням, із внутрішньою регуляцією діяльності, що включає не тільки потреби й інтереси, але й життєві орієнтації й домагання, оцінки й задоволеність – тобто все те, що характеризує значимість речей та явищ для людини й що, відповідно до цього, направляє її діяльність. Структурним елементом мотивації виступає мотив. Мотив і мотивація представляються, таким чином, як усвідомлене вираження активності суб'єкта. Отже, доцільно розглянути системні властивості та взаємовплив активності та мотивації.

В психології активність виступає у співвідношенні з діяльністю, і проявляється як «динамічна умова її становлення, реалізації та видозміни, як властивість її власного руху» [8, с. 10]. Вона характеризується мірою обумовленості дій, що виконуються;

специфікою внутрішніх станів суб'єкта безпосередньо в момент дії; довільністю, тобто обумовленістю метою суб'єкта; надситуативністю, тобто виходом за межі початкових цілей; значною стійкістю діяльності по відношенню до визначеної мети.

В теорії управління соціально-економічними системами активність Д. Новіковим розглядається як: «загальна характеристика живих істот, їхня власна динаміка як джерело перетворення або підтримки ними життєво важливих зв'язків з навколишнім світом, властива живій істоті здатність до самостійної сили реагування, у вузькому розумінні – здатність до самостійного вибору певних дій (включаючи вибір станів, повідомлення інформації тощо)» [14, с. 538].

Характеризуючи зміст поняття «активність», А. Новіков та Д. Новіков виділяють наступні рівні активності особистості:

ситуативна активність. Вона викликається до життя для вирішення окремих часткових завдань, але зникає при їхньому розв'язанні. Наступний етап вимагає нової активності, нових рішень;

надситуативна активність – здатність особистості підніматися над рівнем вимог ситуації, ставити цілі, надлишкові з погляду поточного завдання;

творча активність – самостійна постановка проблем і їхнє розв'язання [14].

Традиційне економічне розуміння активності з часів А. Сміта полягає в розумінні її як здатності суб'єктів діяти у відповідності зі своїми економічними інтересами. Власний інтерес, егоїзм, «однакове у всіх людей постійне й незникаюче прагнення покращити своє становище» є головною рушійною силою, що зумовлює поведінку «економічної людини» [17]. Такий підхід може бути корисним для побудови значно спрощеної поведінки людини в ситуації обміну, проте для моделювання трудової поведінки сучасного працівника підприємства і зокрема – його активності – він є вкрай обмеженим.

Специфічною особливістю мотивації сучасного працівника є інтелектуальна активність, що може розглядатися як інтегральна властивість особистості, яка забезпечує її здатність до ситуативно нестимульованої продуктивної діяльності. Отже, активність є центральним поняттям, що дозволяє пояснити та прогнозувати трудову поведінку працівника, а вивільнення особистісної активності є головною передумовою творчих дій, яке повинне забезпечуватись сукупністю внутрішніх чинників мотивації.

Для розуміння сутності процесу мотивації в контексті даного дослідження необхідно більш докладно зупинитись на визначенні поняття «потреба».

Російський учений Є. Уткін визначає «потребу» як бажання й прагнення до певного результату, тобто це те, що перебуває усередині людини. Потреби являють собою щось загальне для різних людей, але в той же час вони мають індивідуальний прояв у кожного окремо [18, с. 15].

Вітчизняний учений А. Колот [7, с. 5] ототожнює, потребу зі станом, який виникає в результаті порушення в індивіда душевної рівноваги, тим самим акцентує увагу на протиріччях, що породжують трудову активність працівника, і балансуванні, як засобі вирішення цих протиріч.

Потреба також розглядається, як спрямованість на здійснення певних дій для підтримки життєдіяльності, забезпечення власної цілісності. В. Нестерчук розглядає потреби, як необхідність, яку відчуває людина на певному етапі життя й розвитку, що проявляється у формі мотивів поведінки особистості, соціальної групи, суспільства в цілому [13, с. 60]. С. Шапіро у своїй роботі [20] дає наступне визначення «потреби» стосовно до трудової діяльності: «стан людини, що виступає джерелом її активної діяльності та створюється нестатком, який вона відчуває стосовно предметів, необхідних для її існування» [20, с. 8].

К. Маркс і Ф. Енгельс [11, с. 119] вказують, що потреби виступають, як рушійна сила поведінки людини, і є передумовами всякої діяльності, оскільки всі потреби людини соціально детерміновані.

Наявність безлічі визначень і класифікацій потреб, обумовлена якісним різноманіттям існуючих в об'єктивній реальності потреб, а також існуванням різних підходів до визначення сутності даного поняття. Потреби обумовлюють напрямок діяльності індивіда, координують його поведінку, мислення й почуття. Узагальнюючи, потреби можна визначити, як динамічний комплекс невідповідностей між бажаними й реальними відчуттями індивіда, що обумовлює прагнення до досягнення певного результату й забезпечення нормальних умов для життєдіяльності й розвитку.

Термінологічна неоднозначність розуміння поняття “потреба” призвела до появи великої кількості класифікацій потреб, що характеризують мотиваційний базис поведінки індивіда в різних площинах. Враховуючи, що трудову поведінку в кожному конкретному випадку обумовлює індивідуальний комплекс взаємопов'язаних та виражених різною мірою потреб, для досягнення цілей дослідження можуть бути використані лише ті критеріальні ознаки, які відповідають основним принципам наукового дослідження, а саме: дозволяють побудувати строго визначену ієрархію потреб (тобто, припускають можливість кількісного вимірювання ступеня актуальності потреби та порівняння з іншими); визнання її вірогідності й справедливості в різних аспектах трудової поведінки і суспільного життя працівника (економічному, управлінському, соціально-психологічному тощо); простота й однозначність для проведення експертного оцінювання (наявність інструментарію та однозначних процедур обробки отриманих даних) (табл. 1).

Таблиця 1

### Класифікація потреб інноваційно-активного персоналу підприємств

№	Класифікаційний критерій чи ознака	Сутність
1.	За часом виникнення	Реактивні, інактивні, проактивні, інтерактивні
2.	За якісною структурою	Результативні, ефективні, антиципативні
3.	За рівнем сформульованості	Сформульовані, не сформульовані

Потреби проявляються в мотивах, що спонукують людину до діяльності. Саме мотив визначає дії, які необхідно здійснити для задоволення потреби. Зв'язок потреби й мотивів полягає також у тому, що потреби реалізуються в діяльності за допомогою мотивів.

Філософський словник визначає поняття «мотив», як джерело активності людини, що обумовлює діяльність, усвідомлене спонукання, що обумовлює дію для задоволення якої-небудь потреби людини [19, с. 344].

Проведене дослідження визначень поняття «мотив» у роботах різних авторів, дозволяє зробити висновок, що за змістовним наповненням всі формулювання можна розділити на наступні групи:

предметний зміст потреби, для задоволення якої суб'єкт здійснює активну спрямовану діяльність, а також предмети потреби, на які спрямована діяльність [21];

усвідомлені внутрішні спонукання особистості до діяльності, пов'язані із задоволенням певних потреб [16];

прагнення людини одержувати ті або інші блага [13].

Отже, мотив можна визначати як «прагнення індивіда задовольнити певну потребу, пов'язане з вибором з різних варіантів поведінки найбільш адекватного для досягнення поставленої мети».

Широке поширення набула точка зору про тотожність змісту понять «мотив» і «стимул». Втім, останнє є некоректним. Стимули характеризують певні блага, мотиви – прагнення людини одержати їх. Стимули – це зовнішні спонукання, що мають цільову спрямованість, мотив – це теж спонукання до дії, але в його основі може бути як

стимул (винагорода, підвищення по службі, адміністративні розпорядження), так і особисті причини (почуття обов'язку, відповідальність, страх) [4].

Аналіз різних дефініцій поняття «стимул», дозволяє сформулювати наступне визначення: «зовнішні фактори, які впливають на поведінку індивіда, що й спонукують його до досягнення цілей організації».

Наступним елементом термінологічного аналізу є поняття «стимулювання». Н. Мазур під стимулюванням розуміє процес вибору й застосування стимулів, здатних сформувати в людини систему мотивів до очікуваних дій [9, с. 40].

Російський учений, що спеціалізується на питаннях управління персоналом А. Кибанов розглядає стимулювання як сукупність вимог і відповідну їм систему заохочень і покарань, за допомогою якої відбувається цілеспрямований вплив на поведінку персоналу [5, с. 490].

В. Сладкевич визначає стимулювання, як “процес використання конкретних інструментів для користі людини й організації” [16, с. 30]

У роботі [3, с. 259] під стимулюванням праці автор розуміє систему приведення обраних стимулів у певну супідрядність для забезпечення досягнення цілей колективу й опосередковано – суспільства.

Узагальнення економічної літератури [6; 13] дозволяє зробити висновок, що процес стимулювання праці, який передбачає вплив на робітника за допомогою використання його потреб, інтересів, бажань, цілей, реалізується через створення умов трудової діяльності, що спонукають людину діяти певним чином.

Урахування емоційної складової мотивації для сфер діяльності, що мають справу з організацією та вивільненням творчої активності людини, на нашу думку, може органічно доповнити мотиваційний механізм, дозволяючи враховувати вплив ірраціональних чинників на поведінку людини в процесі діяльності. Це означає, що одним із ключових пунктів мотивації повинно стати використання емоцій.

Незважаючи на різні тлумачення, що використовуються психологами та філософами чи фахівцями з маркетингу при визначенні емоцій, суть їх проявляється в тому, що це – особливий клас суб'єктивних психологічних станів, який проявляється або в переживанні, або в переживанні відносин. Також емоції являють собою засіб, який дозволяє живим істотам визначати біологічну значимість об'єктів, процесів та явищ для організму.

Емоції передбачають процес, спрямований на задоволення потреби, мають прогностичний та корегуючий поведінку характер. Емоції виражають зміст ситуації для людини з погляду актуальної в даний момент потреби, значення для її задоволення майбутньої дії або діяльності та виконують різноманітні функції. Емоційні потреби, на відміну від раціональних, спрямовані на досягнення соціальних і екологічних (у більшості суспільно-значимих) цілей і характеризують як ефективні, так і афективні дії, що полягають у досягненні певного суспільного становища.

Емоції в контексті вирішення завдань мотивації остаточно визначимо як реакції людини на вплив внутрішніх та зовнішніх подразників, що проявляються як фізіологічні стани організму, характеризують відношення до подразника та його інтенсивність, і які є регуляторами активності працівника.

Розглядаючи емоції як джерело мотивації, інформації, цінності для досягнення організаційних цілей, що забезпечує синергетичний ефект поведінки людини як на груповому та організаційному рівні, так і на індивідуальному (за рахунок усунення невідповідності між раціональними цілями та ірраціональними установками) можна стверджувати, що вони складають емоційний ресурс підрозділів.

Визначивши таким чином предметну площину варто окреслити методичні засади й можливості щодо управління мотивацією працівників з урахуванням зазначених вище теоретичних положень.

Розглядаючи управління з позицій системного підходу, можна скористатися основними трактовки цього терміну, які наводить Л. Міротін:

- 1) особливим образом орієнтований вплив на об'єкт (систему), що забезпечує набуття ним відповідних властивостей чи станів;
- 2) формування цілісної поведінки системи для підтримування режиму функціонування, реалізації її програм та цілей;
- 3) засіб досягнення цілі, що дозволяє зробити систему гнучкою та підвищити ефективність її функціонування;
- 4) функція системи, що забезпечує напрям діяльності у відповідності з планом, яка утримує в допустимих межах відхилення системи від заданих цілей [12, с. 392].

Під системою розуміють: «об'єкт, що представляє собою певну множину елементів, які знаходяться в раціональних відношеннях та зв'язках між собою та утворюючих цілісність, єдність, межі якої задаються межами управління» [15, с. 138].

Оскільки підприємство являє собою соціотехнічну систему складовим елементом якої є людина, а поведінка останньої в силу різних причин не завжди є раціональною, виникають певні обмеження та труднощі, що пов'язані з проявами та подоланням людської ірраціональності для забезпечення ефективного управління. Ірраціональність – це невпорядкованість, недоцільність, неможливість пізнання, непередбачуваність, парадоксальність [15, с. 137].

Ці властивості актуалізуються в ході міжсистемної взаємодії, тоді як всередині системи взаємодії є доцільними, стійкими, передбачуваними, упорядкованими [15, с. 137 – 138]. Емоції ж у виробничій діяльності, як зазначалось вище, характеризують ступінь та міру ірраціональності поведінки, тож, управління емоціями як складова в контексті управління підприємством – це також засіб зменшення або збільшення ірраціональності в поведінці працівників підприємства.

На основі проведеного термінологічного аналізу можна сформулювати комплексне поняття «мотиваційна система управління промисловим підприємством», як сукупність інструментів і технологій, спрямованих на виявлення й використання внутрішніх спонукань і цілей працівника для досягнення стратегічних цілей підприємства.

Взаємозв'язок та взаємовплив, що існують між поняттями, які визначають трудову активність, узагальнено та наведено в лінгвістичній матриці взаємозв'язку основних категорій теорії мотивації (табл. 2). Визначені напрям та характер взаємного впливу елементів дозволяють сформулювати системне уявлення щодо використання чинників в процесі побудови системи мотивації інноваційно активного персоналу підприємств. При цьому враховуються як організаційно-процесуальні, так і особистісні компоненти в аспекті змістовного та технологічно-інструментального забезпечення.

Таким чином, у процесі проведеного термінологічного аналізу понятійно-категоріального апарату уточнено зміст поняття «мотиваційна система управління промисловим підприємством», уточнені трактування ключових елементів даного поняття, а також узагальнено термінологічні підходи широкого кола дослідників. Побудована лінгвістична матриця відбиває характер взаємозв'язків основних понять теорії мотивації та дозволяє визначити напрями їх практичного використання.

Таблиця 2

## Лінгвістична матриця взаємозв'язку основних категорій теорії мотивації

	Мотив	Стимул	Потреба	Мотивація	Стимулювання	Система мотивації	Емоційний ресурс
Мотив	<b>Мотив</b>	Стимул є інструментом, що активізує певні мотиви	Незадоволена потреба є підставою для виникнення мотиву поведінки в індивіда	Інтеграція мотивів та створення вектору трудової поведінки	Процес зміни інтенсивності мотивів трудової активності працівників	Сукупність технологій актуалізації індивідуальних мотивів відповідно до цілей організації	Засіб зміни характеристик мотиву працівника
Стимул	Мотив є внутрішньою основою для каталізації активності	<b>Стимул</b>	Потреба є цільовим елементом для застосування стимулу	Створює поле інтеріоризації стимулу	Процес використання стимулів	Основа для системного використання стимулів	Інструмент зміни бажаності стимулу
Потреба	Мотив наповнює потребу предметним змістом	Стимул є конкретним засобом задоволення потреби	<b>Потреба</b>	Визначає місце потреби в ієрархії чинників поведінки	Процес зміни актуальності конкретних потреб	Комплекс заходів щодо задоволення потреб працівників через певну трудову поведінку	Виступає у ролі каталізатора розвитку деяких потреб
Мотивація	Мотив є елементом, що обумовлює межі трудової поведінки	Стимул є засобом зміни рівня мотивації	Потреба виступає первинним елементом мотиваційного процесу	<b>Мотивація</b>	Стимулювання є засобом здійснення мотивації	Мотиваційна система визначає основні напрямки й засоби реалізації мотивації працівників	Інтенсифікує вплив мотиваційних чинників
Стимулювання	Мотив є внутрішнім відгуком на застосовані стимули	Стимул є елементом системи стимулювання, мотивації праці	Потреба обумовлює вибір форм та засобів стимулювання	Інтегрує стимулювання як засіб зміни поведінки	<b>Стимулювання</b>	Містить технології узгодженого використання стимулів	Інструмент активізації самоорганізації індивіда
Система мотивації	Мотив є предметом виявлення й використання в процесі управління трудовою поведінкою	Стимул є основним інструментом мотиваційної системи	Базис, що визначає мотиваційний потенціал мотиваційної системи	Мотивація є залежною змінною, що підлягає системному впливу та регулюванню	Сукупність засобів зовнішнього впливу на активність працівника	<b>Система мотивації</b>	Засіб інтенсифікації дії мотиваційних інструментів
Емоційний ресурс	Мотив обумовлює емоційне відношення до конкретних дій, об'єктів чи процесів	Стимул задіє ціннісно-оцінну систему, що посилює чи послаблює мотиви працівника	Визначає характер емоційної реакції працівника на управлінські дії, оточення, власну поведінку	Формує загальні оцінні критерії	Формує емоційне підкріплення трудової поведінки	Оптимізує емоційні підкріплення бажаної трудової поведінки	<b>Емоційний ресурс</b>

З урахуванням проведеної адаптації даних категорій до потреб теорії мотивації, можна стверджувати, що це дозволить підвищити ефективність системи мотивації та мотиваційного процесу на підприємстві, а надалі розробити відповідний інструментарій і систему управління з використанням методів і моделей різних наук.

### РЕЗЮМЕ

У статті здійснено уточнення понятійно-категоріального апарату, що використовується для визначення та оцінки чинників, які спонукають персонал підприємств до прояву інноваційної активності в трудовій діяльності.

### РЕЗЮМЕ

В статье осуществлено уточнение понятийно-категориального аппарата, который используется для определения и оценки факторов, побуждающих персонал предприятий к проявлению инновационной активности в трудовой деятельности.

### SUMMARY

In the article the conceptual clarification of the categorical system, which is used to identify and evaluate the factors that motivate staff to exercise business innovation activity in work.

## СПИСОК ДЖЕРЕЛ

1. Вельш А.Г. Управление на основе мотивации //сб. ст. «Мотивация экономической деятельности» под ред. Шаталина С.С. – М.: ВНИИСИ, 1980. – С. 18-22.
2. Виханский О. С. Менеджмент. Век XX – век XXI: сборник статей / О. С. Виханский. – М.: Экономистъ, 2004. – 336 с.
3. Владимирова Л.П. Экономика труда. 2-е изд. перераб. и доп. – М.: ИД «Дашков и К», 2002. – 300 с.
4. Гриньова В. М. Проблеми мотивації праці персоналу підприємства: монографія / В. М. Гриньова, І. А. Грузина. – Харків: ВД «ІНЖЕК», 2007. – 184 с.
5. Кибанов А.Я. Управление персоналом организации. – М.: ИНФРА-М, 2002. – 638 с.
6. Кирхлер Э. Мотивация в организациях / Э. Кирхлер, К. Родлер ; пер. с нем. – Харьков: Изд. «Гуманитарный Центр», 2008.– 168 с.
7. Колот А. М. Мотивація стимулювання й оцінка персоналу. – К.: КНЕУ, 1998. – 224 с.
8. Краткий психологический словарь / сост. Л. А. Карпенко ; под общ. ред. А. В. Петровского, М. Г. Ярошевского. – М.: Политиздат, 1985. – 432 с.
9. Мазур Н.О. Мотивація і стимулювання персоналу: теоретичні аспекти // Вісник Рівненського державного технічного університету. Економіка. – 2002. – Випуск 1(14). – С. 37-46.
10. Маковеев П.С. Мотиваційні механізми управління розвитком промислового виробництва: Дис... д.е.н.: 08.07.01. – К., 2000. – 334 с.
11. Маркс К. Сочинения / К. Маркс, Ф. Энгельс // 2-е изд. (Т. 42) – М.: Госполитиздат, 1955. – 454 с.
12. Миротин Л. Б. Системный анализ в логистике / Л. Б. Миротин, Ы. Э. Ташбаев. – М.: Экзамен, 2002. – 480 с.
13. Нестерчук В.П. Организация и мотивация труда. – К.: ЕУФМСБ, 1999. – 88 с.
14. Новиков Д. А. Теория управления организационными системами / Д. А. Новиков. – М.: МПСИ, 2005. – 584 с.
15. Садовский В. Н. Смена парадигм системного мышления / В. Н. Садовский // Общесметодологические проблемы системных исследований:



- Ежегодник, 1998. – Ч. II. ; под ред. Д. М. Гвишиани. – М.: Эдиториал УРСС, 2001. – 140 с.
16. Сладкевич В. П. Мотивационный менеджмент: Курс лекций / В. П. Сладкевич. – К.: МАУП, 2001. – 168 с.
17. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. – М: Соцэкгиз, 1962. – 684 с.
18. Уткин Э.А. Основы мотивационного менеджмента. – М.: Издательство ЭКМОС, 2000. – 352 с.
19. Философский словарь / Под ред. И. Т. Фролова. – 7-е изд., перераб. и доп. – М.: Республика, 2001. – 719 с.
20. Шапиро С. А. Мотивация. – М.: ГроссМедиа, 2008. – 150 с.
21. Vroom V. H. Work and Motivation / V. H. Vroom. – New York: Wiley, 1982. – IX, 331 p.

СИСТЕМА КАТЕГОРИЙ І ПОНЯТЬ, ПОВ'ЯЗАНИХ З МОТИВАЦІЄЮ  
ІННОВАЦІЙНО АКТИВНОГО ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА  
Безгін К. С., Гришина І. В., Ушкальов В. В.

СИСТЕМА КАТЕГОРИЙ И ПОНЯТИЙ, СВЯЗАННЫХ С МОТИВАЦИЕЙ  
ИННОВАЦИОННО АКТИВНОГО ПЕРСОНАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ  
Безгин К. С., Гришина И. В., Ушкалѐв В. В.

SYSTEM OF CATEGORIES AND CONCEPTS RELATED TO INNOVATIVE ACTIVE  
BUSINESS STAFF  
Bezgin K.S., Gryshyna I. V., Ushkalyov V.V.