

Leonid Filstein, Professor, Doctor of Economics

Vitaliy Zhuravlov

Kirovohrad National Technical University, Kirovohrad, Ukraine

Professional Culture in the Aspect of Training Specialists

The article is defined the necessity of forming professional culture for future specialists as the main component of their general culture.

Different scientific approaches to the definition of essence and structure of this phenomenon are described. Different looks are given to essence of concept professional culture, which is examined as is the collective programming of human mind which distinguishes the members of this group from other, from other side is the specific aggregate of facilities, methods of co-operation of people, in a professional environment, and also is the system of collective values, persuasions, standards and codes of production conduct, inherent the certain group of workers of professionals. Culture functions and phases of her forming in the process of future specialists professional preparation are also analyzed.

Except for it, an author asserts that forming of culture of future specialist in the process of his professional preparation predetermines a recreation in educational establishment of such terms which provide him inculturation, socialization and authentication.

professional culture, personality development, personal culture, cultural features, ability to work

Одержано (Received) 23.03.2016

Прорецензовано (Reviewed) 25.05.2016

Прийнято до друку (Approved) 26.05.2016

УДК 658.589:330.341.1

М.В. Бугайова, канд. екон. наук

О.М. Петіна, асп.

Кіровоградський національний технічний університет, м. Кіровоград, Україна

Мотиваційні основи розвитку інноваційного потенціалу молоді

У статті розкрито сутність мотивації інноваційного потенціалу молоді. Розглянуто і узагальнено методи мотивації праці творчого змісту. Запропоновано схему впливу мотивації на процес створення інновацій. Обґрунтовано необхідність розробки комплексу ефективних методів мотивації інноваційного потенціалу молоді в умовах руху до економіки знань. Наведено практичні рекомендації щодо заохочення прояву творчості і креативності молодих фахівців при здійсненні трудової діяльності на підприємстві.

мотивація, інновації, молодь, мотивація інноваційного потенціалу молоді, механізм соціально-економічної мотивації розвитку інноваційного потенціалу молоді

М.В. Бугаєва, канд. екон. наук

А. Н. Петіна, асп.

Кіровоградський національний технічний університет, г. Кіровоград, Україна

Мотивационные основы развития инновационного потенциала молодежи

В статье раскрыта сущность мотивации инновационного потенциала молодежи. Рассмотрены и обобщены методы мотивации труда творческого содержания. Предложена схема влияния мотивации на процесс создания инноваций. Обоснована необходимость разработки комплекса эффективных методов мотивации инновационного потенциала молодежи в условиях движения к экономике знаний. Приведены практические рекомендации по поощрению проявления творчества и креативности молодых специалистов при осуществлении трудовой деятельности на предприятии.

мотивация, инновации, молодежь, мотивация инновационного потенциала молодежи, механизм социально-экономической мотивации развития инновационного потенциала молодежи

Постановка проблеми. Довгострокове здоров'я української економіки та повне її відновлення залежить, головним чином, від створення значної кількості інновацій у сферах науки, технології та проектування. Тільки праця інноваторів та інтелектуальних

підприємців зможе протистояти аутсорсингу і автоматизації в умовах поширення глобальних знань. З урахуванням практичної необхідності інновацій у сьогоднішній економіці, необхідно досліджувати питання, стосовно навчання та мотивації молодих людей, задля того, щоб вони стали інноваторами та впроваджували свої ідеї в життя.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Принципи мотивації праці найманих працівників змістовно викладені в наукових доробках багатьох вчених: А. Маслоу [9], Ф. Херцберга, Б. Моснера, Б. Снідермана [21], К. Кінан [7], Р. Нірмайера, М. Зайфферта [12], Ш. Річі [14], А. Кібанова, І. Баткаєвої, М. Ловчевої [6], І. Богіна [1], Ю. Одегова [13] та інших. Вагомий внесок у вивчення мотивації праці творчого, інтелектуального змісту зробили такі зарубіжні і вітчизняні вчені, як: Дж. Чамберс [25], М. Рорбах [31], К. Сімонтон [33], Р. Стернберг [18], Дж. Стенлі [34], Б. Генкін [2], П. Микитюк [10], М. Семикіна [15], Т. Дудар [3], Т. Скрипко [17], О. Денисенко, А. Гречан [4] та інші. Зокрема, мотивацію інноваційної діяльності активно досліджують А. Колот [8], О. Наумова [11], О. Толмачова [19], В. Карюк [5]. Однак, незважаючи на високий ступінь опрацьованості даної проблематики ученими, нами приділена увага вирішенню окремих аспектів проблем мотивації праці, які стосуються працівників загалом. Вважаємо за доцільне розкрити сутність мотивації розвитку інноваційного потенціалу молоді та розглянути питання, що пов'язані з соціально-економічними проблемами мотивації саме талановитої молоді.

Постановка завдання. У зв'язку з відсутністю напрацювань у напрямку мотивації молоді до розвитку її інноваційного потенціалу, метою статті є розкриття сутності мотивації інноваційного потенціалу молоді, дослідження методів мотивації творчої активності, а також висвітлення питань, що пов'язані зі специфікою креативної праці молодіжного сектору.

Виклад основного матеріалу. У сучасному світі, молоді новатори, винахідники є джерелом потоку ідей та пропозицій, чинником виробництва, що несе в собі творчу компоненту. Хоча такі новатори виступають головним суб'єктом інноваційних процесів, який спричиняє вихід за межі існуючого й обумовлює зміни в суспільстві, численні дослідження у сфері інноваційного менеджменту надзвичайно рідко звертаються до аналізу їх особистості. Відтак, ситуацію, що склалася на сьогоднішній день у сфері мотивації до розвитку інноваційного потенціалу і створення інновацій, характеризує цілий ряд протиріч:

- така мотивація за замовчуванням вважається підпорядкованою загальній трудовій мотивації, хоча безліч досліджень свідчать, що у них більше відмінного, аніж спільного;
- оцінка праці новаторів за кінцевими результатами ігнорує аспекти творчості, що не є практично значущими;
- відсутній комплекс методів мотивації, спрямованих на розкриття інноваційного потенціалу і прояв креативності молодих працівників;
- не розроблено мотиваційного механізму розвитку інноваційного потенціалу молоді на макро-, мезо-, мікрорівнях.

Не вирішеною залишається проблема створення системи стимулів і можливостей включення творчої молоді в інноваційний розвиток країни. Це вимагає виявлення реальних практик і обставин вибору молоддю інноваційного підприємництва і науки, а також факторів, що впливають на цей процес. При виявленні соціального механізму включення молоді у сфери науки та інноваційного підприємництва важливим елементом має бути система цінностей, яка у взаємодії з мотивами і наявними навичками визначає поведінку людини.

Американський дослідник Річард Флоріда, у своїх працях активно описує креативний клас, до якого належать спеціалісти, які працюють в тих галузях економіки,

що потребують наявності належного рівня освіти, знань та кваліфікації. Відповідно, такі працівники повинні постійно мислити, унікальним чином застосовувати стандартні підходи або знаходити їх оптимальне співвідношення, надавати свою незалежну оцінку тому що відбувається і періодично створювати щось нове [20, с. 58]. Він впевнений у тому, що креативний клас концентрується в центрах творчої активності. Саме тому, такі міста як Сіетл, Остін і Торонто трансформуються у не просто центри технічних інновацій, а в розвинені креативні співтовариства.

Але, чим гострішою є потреба у використанні творчого бачення працівників, тим більша необхідність вирішення проблем креативності, вивченні її природи і форм прояву, джерел, стимулів та умов розвитку. Проблеми управління інновативними працівниками, такі, як мотивація та розвиток їх креативності, неможливо вирішити без дослідження даного поняття.

На сьогоднішній день існує безліч трактувань мотивації, що нерідко ускладнює однозначне її розуміння. У зарубіжній літературі вже давно широкого поширення набула так звана мотивація креативності, або ж мотивація творчої праці. Узагальнюючи підходи науковців щодо даного визначення, можна стверджувати, що погляди є схожими між собою і в той же час, однозначне трактування поки що відсутнє, в силу того, що дана категорія розглядається у розрізі багатьох наук. Розглянемо деякі визначення сутності поняття «мотивація креативності» з позицій психології, філософії та економіки (табл. 1).

Таблиця 1 – Деякі визначення сутності поняття «мотивація креативності» з позицій психології, філософії та економіки

Науковий підхід	Автор, джерело
Мотивація креативності розглядається як пошук особистістю ідеального об'єкта, якого не існує в його реальності.	С. Арієті [32, с.30]
Мотивація творчої діяльності – це система стійких мотивів, що відображає особистісну трансформацію взаємодії соціальних та індивідуальних чинників у стійку творчу спрямованість; стан свідомості, який зумовлює пріоритет творчої діяльності в системі життєвих виборів і поведінкових стратегій, стимулює та підтримує творчий процес на всіх його стадіях.	К. Юнг [22, с.50]
Мотивація креативності – складна, комплексна структура, на нижчому рівні якої знаходиться редукований образ людства в цілому, його супротив законам природи, середній рівень представляє «пристрасть» (спонукальна сила мотивації), а верхній рівень – соціальні мотиви (орієнтація на наукове визнання, славу).	А. Моль [30, с. 6]
Мотивація, яка лежить в основі здійснення творчої праці є «невловимою», це спосіб «відремонтувати» себе та відновити втрачену єдність у внутрішньому вираженні душі, а також проведення такої роботи, яка реально існує у реальному світі. Результати дослідження свідчать про те, що така мотивація виходить зсередини; зовнішні вигоди художнього і культурного виробництва є непередбачуваними, і тому, інше пояснення не представляється можливим.	Е. Сторр [35, с. 143]
Описав відмінність між зовнішніми і внутрішніми мотивами до творчої діяльності, визначаючи перші в якості таких мотивів, за яких «досягнення творчого рішення є засобом прихованого результату (вигоди), а не самоціллю», а внутрішні – в якості таких мотивів, коли людина в основному зацікавлена у пошуку творчого рішення.	Р. Кратчфілд [27, с. 121]

Продовження таблиці 1

1	2
Зовнішня мотивація креативності виступає проти внутрішньої, яка визначається як «мотивація участі в діяльності, перш за все, заради себе, оскільки людина сприймає діяльність за інтересами, які стимулюють її; вона характеризується акцентом на виклик і задоволення від самої роботи.	Т. Амабайл, М. Коллінз [26, с. 299]
Типова мотивація до прояву творчості являє собою поєднання особистих інтересів і почуття, що щось «криво» в інтелектуальному середовищі.	М. Чиксентмихаї [28, с. 90]
Для розуміння креативної діяльності вважає за доцільне, приймати до уваги не лише інтелектуальні процеси, але і динамічні сили, які приводять дані процеси в дію для розробки інновацій. До таких сил відноситься мотивація діяльності, яка спонукає працівників до здійснення ними відповідних дій.	Г. Гутман [29, с. 13]
Виявлена певна закономірність щодо того, що вирішальну роль успішності креативної діяльності належить мотиву досягнення, тобто бажання людини бути успішною.	Дж. Чамберс [25, с. 7]
Вважає, що мотивація до креативної діяльності здатна до самовиникнення і саморозвитку.	М. Порбах [31, с. 65]
Зазначають, що в забезпеченні високих показників креативної та інноваційної активності працівників, зовнішня мотивація є набагато вагомішою за особисті якості працівника, при чому існує тісний взаємозв'язок між мотивацією та творчою продуктивністю.	К. Сімонтон [33, с. 36]; Р. Стернберг [18, с. 115], Дж. Стенлі [34, с. 247]

Джерело: узагальнено авторами на основі опрацювання джерел [18; 22; 25-29; 30-35].

Узагальнюючи визначення відомих вчених-дослідників креативності і виділяючи їх інваріантне ядро, в даному дослідженні пропонуємо трактувати мотивацію креативності як бажання здійснювати процес пошуку та застосування якісно нових ідей та способів, що задовольняють певні особисті потреби (задоволення від праці, саморозвиток, повага). Прояв креативного мислення тісно пов'язаний з високим інтелектом, самооцінкою та внутрішньою мотивацією. Тому, ми впевнені, що креативність у широкому розумінні детермінується мотивацією (рис. 1).

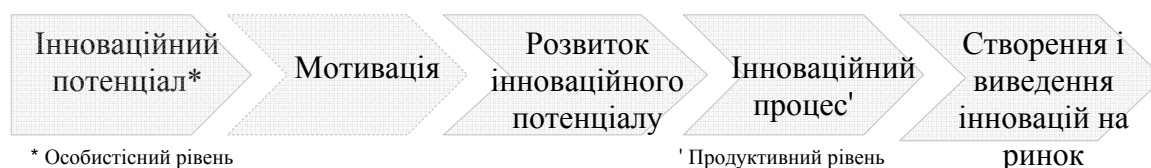


Рисунок 1 – Вплив мотивації на процес створення інновацій

Джерело: розробка автора.

Варто підкреслити значення мотивації до інноваційної діяльності у сфері освіти, науки та підприємництва для молоді. Мотиваційний компонент готовності молодих студентів, вчених та спеціалістів до такої діяльності характеризується усвідомленням значущості знань про інноваційну діяльність, наявністю позитивного внутрішнього і зовнішнього мотивів до заняття творчою технічною діяльністю, задоволеністю процесом (способами отримання і обробки проміжних результатів) та кінцевими результатами такої діяльності.

В даному контексті, пропонуємо ввести у науковий обіг поняття «*мотивація інноваційного потенціалу молоді*», під яким розуміємо складний процес, що складається із комплексу економічних та соціальних заходів, спрямованих на вироблення у молоді мотивів до трудової активності в інноваційній сфері в результаті чого відбувається повне та ефективно розкриття і використання їх інноваційного потенціалу. Мотивація інноваційного потенціалу молоді виступає результатом розуміння доступного набору можливих результатів та досягнень в інноваційній сфері діяльності, а також системи матеріальних та нематеріальних винагород, які будуть отримуватися молоддю. На нашу думку, мотивація інноваційного потенціалу молоді є важливим фактором, який забезпечить не тільки успіх впровадження інновацій в процесі трудової діяльності, а й впливатиме на бажання особистості до самореалізації як інноваційного професіонала, на рівень сприйнятливості до нововведень, на потребу в створенні інноваційних проектів як нового способу вирішення актуальних проблем в суспільстві.

У свою чергу, наявні можливості залежать, в основному, від того, в якій сфері майбутній працівник вирішив працювати (система освіти як сфера зайнятості, наука чи інноваційне підприємництво). Причому, варто мати на увазі, що в інноваційній економіці існує високий ступінь невизначеності в тому, які наукові результати діяльності будуть отримані через декілька років. У той же час, існують великі ризики для молодих інноваторів отримати низький ефект або навіть збитки. Тому система мотивації повинна бути дуже гнучкою.

У своїх працях професор Гарвардської бізнес-школи Тереза Амабайл, описує ряд чинників, які заохочують або придушують креативність, а саме: знання, навички креативного мислення і мотивацію. Причому, знання і креативне мислення – є сировиною, природними ресурсами людини, без яких неможливе впровадження справжніх інновацій. Але, найголовнішим фактором, який справляє вплив на вибір майбутнього виду діяльності виступає мотивація. Хоча мотивація поділяється на зовнішню та внутрішню, остання для розвитку креативності є вирішальною. Тобто, захоплення та інтерес (внутрішнє бажання людини щось створити) – основа внутрішньої мотивації [24, с. 83]. Розвиваючи погляди Т. Амабайл, вважаємо, що до цих факторів слід додати психологію. Відомо, що інновації є унікальним бізнес-процесом за рахунок того, що творчість і рутинна в них тісно переплітаються між собою. В процесі створення інновацій виникають певні соціально-психологічні взаємозв'язки особи-інноватора з іншими особами, групами і суспільством. Тому важливо, щоб не виникало психологічних бар'єрів під час розробки та впровадження інтелектуальних ідей.

До того ж, на нашу думку, суттєвий вплив на розвиток креативних поглядів, ідей має зовнішнє оточення молодої особи. Оскільки, виховання, навчання та спілкування цілеспрямовано впливають на розвиток особистості і формування її творчих задатків. В тому числі, батьки справляють вплив на виховання таких якостей як цікавість та увага, вчителі та викладачі прививають навички співпраці, аналітичні здібності, ініціативність. Беручи до уваги цю ідею, структура здатності молодого покоління до створення інновацій представлена на рис. 2.

Дана схема доводить, що здатність до створення інновацій є результатом взаємодії чотирьох факторів: знань, наявності креативного мислення, мотивації та психології. Таким чином, на перетині всіх кіл отримаємо відправну точку для віднайдення найкращого способу розвитку здібностей молодих інноваторів.

Характерними рисами сучасних концепцій мотивації праці в країнах розвинутої ринкової економіки стає стимулювання розвитку конкурентоспроможності працівників, їх творчої активності, всебічне заохочення реалізації в праці інтелектуального потенціалу, врахування складності праці, пов'язаної з розробкою нововведень, поширення індивідуального підходу до оцінки результатів праці [15, с. 147].



Рисунок 2 – Структура розвитку здатності молоді до створення інновацій
Джерело: розроблено авторами.

Існуюча практика мотивації креативної праці новаторів на українських підприємствах побудована переважно на загальних засадах мотивації персоналу. Основними підходами до мотивації такої праці на сьогодні залишаються фінансування та просування по кар'єрній сходиці. Досить розповсюдженим є також і застосування нематеріального стимулювання: робота за гнучким графіком, скорочення тривалості робочого часу за рахунок його економії в результаті високої продуктивності праці, публічне визнання праці співробітників, які отримали значні результати тощо.

Аналіз існуючих підходів до методів мотивації творчої праці дозволив узагальнити та умовно розділити їх на два блоки: традиційні та нестандартні (рис. 3).

Як бачимо, ці два напрямки принципово різняться між собою: перший спрямований на заохочення працівників до прояву креативності шляхом створення сприятливих зовнішніх умов праці (матеріальна та нематеріальна мотивація), другий – на безпосередній вплив на креативність за допомогою методів вирішення творчих завдань. Але, на наш погляд, результату, у вигляді залучення молоді до інноваційного процесу, можна досягти лише за рахунок використання усіх зазначених методів мотивації.

Однозначно, що для творчої та інтелектуальної праці нематеріальні методи мотивації виявляються ефективнішими матеріальних. Однак вони не обмежуються тільки програмами визнання. Арсенал інструментів нематеріальної мотивації повинен бути набагато ширше і цікавіше, а саме визнання не може обмежуватися врученням грамот і призів, слід також створювати корпоративну культуру, яка підтримує повагу до досягнень співробітників. Не можна стверджувати, що нематеріальна мотивація дозволяє вирішити

нагальні проблеми персоналу, підмінюючи її пільгами. Нематеріальні програми, в першу чергу, спрямовані на задоволення потреб вищого рівня (поваги, самореалізації та соціалізації). Тому запорука їх ефективності – щирість роботодавця і вживлення таких програм в корпоративну культуру компанії.



Рисунок 3 – Сучасні напрямки мотивації творчої праці на підприємствах
Джерело: розроблено авторами на основі узагальнення джерел [16; 23].

Талановиті молоді працівники потребують індивідуального підходу. Необхідно виявити у них здібності і розвивати їх шляхом постановки нових складних завдань, надаючи відносну свободу дій. Оскільки, категорично не можна обмежувати самовираження талановитих особистостей, необхідно направляти їх. Тобто, важливо задіяти підсвідомі бажання працівників, заохочувати обмін ідеями та створити умови, за яких робота на підприємстві стала б привабливою та цікавою. Тому, що матеріальне стимулювання не являється достатнім засобом для мотивації праці. Значущими також є:

роль працівника в організації, цікавість виконуваної роботи та задоволення від неї, гнучкі умови праці, підвищення інтелектуального рівня та кваліфікації, повага з боку колег.

З метою заохочення творчості і креативності на підприємстві пропонуємо застосовувати такі методи:

- *гарантування віддачі за нові ідеї.* Створення нових ідей вимагає часу і зусиль, тому співробітники повинні знати, що їх творчість цінується;

- *визнання і заохочення співробітництва.* Творчість, як правило, повторюваний процес, в якому одна людина висловлює первісну ідею, а інші вже відштовхуються від неї з метою поліпшення. Кращі команди будуються з найкращих працівників, тому вони повинні бути мотивовані;

- *орієнтація на творчість.* За необхідності творчих ідей, керівник повинен чітко сформулювати бачення майбутнього результату. Оскільки, розбіжність у поглядах може підштовхувати співробітників пропонувати ідеї, які тягнуть за собою невдачу.

- *винагорода за зважені невдачі.* Ідеї, нав'язані натхненням, часто зазнають невдачі, перш ніж реалізуються. Для створення інновацій потрібно винагороджувати зусилля і сміливість, адже творчість, це свого роду ризик.

Отже, складність, цінність, незалежність і необхідність – ось найважливіші чинники мотивації творчої праці. Така робота забезпечує високу якість виконання завдання, надає почуття задоволення, створює відчуття особистого внеску у діяльність підприємства, відчуття причетності. Лише вона дає змогу людині задовольнити соціальні потреби.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Оскільки, мотивація інноваційного потенціалу молоді є складним процесом формування та взаємодії мотивів у процесі здійснення трудової діяльності з інноваційним нахилом, творчої, то з урахуванням особливостей цієї творчої праці, необхідно використовувати різноманітні матеріальні та нематеріальні, організаційні і психологічні стимули, орієнтовані на задоволення потреб щонайвищого рівня та надання процесу стимулювання в інноваційній сфері постійного характеру. Серед методів прямого стимулювання виділяємо: розмір заробітної плати, надбавки, винагороди, премії, пільги. Серед методів непрямого стимулювання: можливість придбання акцій; оплата членства у наукових товариствах, участі у наукових конференціях, семінарах; надання права самостійного вибору наукової тематики досліджень; вільне спілкування між співробітниками у робочий час; заохочення до роботи в команді. Загалом, ставлення людини до інноваційних процесів визначається багатьма мотивами у найрізноманітнішому їх поєднанні, що в сукупності становлять механізм мотивації участі в інноваційній діяльності у складі як внутрішніх мотивів, що визначають схильність особистості до інновацій, так і зовнішніх мотивів, які викликають певну реакцію і спонукають до участі в інноваційних процесах.

Так, підвищення рівня мотивації до розвитку інноваційного потенціалу молоді вбачаємо у використанні як традиційних методів мотивації, так і нетрадиційних. До традиційних методів відносимо:

- матеріальні – розмір заробітної плати, премії, надбавки за стаж, науковий ступінь, доплати за проявлену інноваційну активність, оплата навчання, надання кредитів для задоволення потреб, доплати на оздоровлення та ін.;

- нематеріальні – можливість просування по службі, гнучкий графік роботи, свобода вибору (роботи та способів її виконання) і відносна незалежність, сприятливий трудовий клімат в колективі, подяки (моральні заохочення), нагороди та статусні відмінності (подарунки, сувеніри, відзнаки), страхування, пільги та ін.

Нетрадиційними методами є: заохочення до інноваційної діяльності; надання вільного часу для ознайомлення з новинками на ринку, науковою літературою; підвищення змістовності роботи, насичення її творчими, нестандартними завданнями;

забезпечення працівника цікавою роботою відповідно до виконуваної на підприємстві ролі; покладання на працівника відповідальності за результати діяльності та ін.

Підводячи підсумок, зазначимо, що підготовка молоді до інноваційної діяльності, формування мотивації до даної діяльності, формування креативного мислення є складним, багатоаспектним питанням. І, на наш погляд, підвищення інноваційної активності молоді слід розглядати в світлі економічної, науково-дослідної та освітньої проблематики, умов взаємодії і мотивації всіх його учасників. Саме тому, подальші дослідження будуть спрямовані на виявлення ключових мотиваторів і бар'єрів для молоді на шляху залучення у сфери науки та інноваційного підприємництва, а також розробку механізму соціально-економічної мотивації розвитку інноваційного потенціалу молоді з використанням соціальних інновацій та інвестицій.

Список літератури

1. Богин И. 101 совет по мотивации [Текст] / Илья Богин. — М.: Альпина Паблишер, 2012. — 132 с.
2. Генкин Б. М. Мотивация и организация эффективной работы : (теория и практика) [Текст] / Б. М. Генкин. — Москва: Норма, 2011. — 351 с.
3. Дудар Т. Г. Інноваційний менеджмент [Текст] : Навч. посіб. / Т.Г. Дудар, В.В. Мельниченко — К. : Центр учбової літератури, 2009. — 256 с.
4. Економіка та організація інноваційної діяльності [Текст] : Підручник / [О.І. Волков, М.П. Денисенко, А.П. Гречан та ін.]. — 3-тє вид. — К. : Центр учбової літератури, 2007. — 662 с.
5. Карюк В.І. Формування економічного стимулювання інноваційної діяльності персоналу підприємств [Текст] / В.І. Карюк // Україна: аспекти праці. — 2012. — № 2. — С. 42–46.
6. Кибанов А.Я. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности [Текст] : учебник / А.Я. Кибанов, И.А. Баткаева, Е.А. Митрофанова, М.В. Ловчева. — М.: ИНФРА-М, 2010. — 524 с.
7. Кинан К. Эффективная мотивация [Текст] / К. Кинан — М.: Эксмо, 2007. — 80 с.
8. Колот А. М. Мотивация інноваційної діяльності : теорія і практика державного управління [Текст] / А. М. Колот, А. С. Никифоров // Економіка та держава. — 2008. — № 5. — С. 17–23.
9. Маслоу А. Мотивация и личность. 3-е изд. [Пер. с англ.] [Текст] / А. Маслоу. — СПб.: Питер, 2012. — 352 с.
10. Микитюк П.П. Інноваційний менеджмент [Текст] : Навч. посіб. / П.П. Микитюк — К. : Центр навчальної літератури, 2007. — 400 с.
11. Наумова О.О. Вдосконалення мотивації інноваційної діяльності персоналу [Текст] / О.О. Наумова // Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут». Збірник наукових праць. Тематичний випуск: Технічний прогрес і ефективність виробництва. — 2010. — №7. — С. 149–158.
12. Нирмайер Р. Мотивация [Текст] / Р. Нирмайер, М. Зайфферт. — М.: Омега-Л, 2013. — 123 с.
13. Одегов Ю. Г. Мотивация трудовой деятельности [Текст] : учеб.-практ. пособие / Ю. Г. Одегов, А. А. Федченко, Е. С. Дашкова. — М. : Альфа-Пресс, 2009. — 335 с.
14. Ричи Ш. Управление мотивацией [Текст] / Ш. Ричи, П. Мартин. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009. — 399 с.
15. Семикіна М. В. Мотивация конкурентоспроможної праці: теорія і практика регулювання. Монографія [Текст] / М.В. Семикіна — Кіровоград: ПіК, 2003. — 426 с.
16. Сенічкіна О. Е. Сутність та зміст активізації інноваційної праці працівників підприємства [Текст] / О. Е. Сенічкіна // Вісник НТУ «ХП». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства — Харків: НТУ «ХП». — 2013. — № 52 (1025). — С. 129–138.
17. Скрипко Т.О. Інноваційний менеджмент : підручник [Текст] / Т.О. Скрипко — К. : Знання, 2011. — 423 с.
18. Стернберг Р. Модель структуры интеллекта Гилфорда: структура без фундамента [Текст] / Р. Стернберг, Е. Григоренко // Основные современные концепции творчества и одаренности / под ред. Д. Б. Богоявленской. — М.: Молодая гвардия, 1997. — С. 111-126.
19. Толмачова О.В. Мотивация інноваційної активності кадрової складової інноваційного потенціалу [Текст] / О.В. Толмачова, Є.А. Бельтюков // Економічні інновації. — 2013. — Вип. 52. — С. 191–197.
20. Флорида Р. Креативный класс. Люди, которые создают будущее [Текст] / Ричард Флорида ; пер. с англ. Н. Яцюк; [науч. ред. Р. Хусаинов]. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2016. — 384 с.
21. Херцберг Ф. Мотивация к работе [Текст] / Ф. Херцберг, Б. Моснер, Б. Блох Снидерман ; пер. с англ. [Д.А. Куликов]. — М.: Вершина, 2007. — 240 с.
22. Юнг К. Г. Феномен духа в искусстве и науке [Текст] / Карл Густав Юнг: [пер. с нем. В.М. Бакусева]. — М., 1992. — 293 с.

23. Ястремська О. М. Мотивація креативності новаторів [Текст] монографія / О. М. Ястремська, О. І. Бардадим. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2013. – 212 с.
24. Amabile T. M. How to Kill Creativity [Текст] / T.M. Amabile // Harvard Business Review. – 76, no. 5 (September–October 1998). – P. 76–87.
25. Chambers J. A. Relating personality and biographical factors to scientific creativity [Текст] / J. A. Chambers // Psychological Monography. – 1967. – № 78 (7). – 20 p.
26. Collins M. A. Motivation and Creativity. In Handbook of Creativity [Текст] / M.A. Collins, T.M. Amabile, edited by R. J. Sternberg. – Cambridge: Cambridge University Press, 1999. – P. 297-312.
27. Crutchfield Richard S. Conformity and creative thinking [Текст] / Richard S. Crutchfield / Contemporary approaches to creative thinking: A symposium held at the University of Colorado. The Atherton Press behavioral science series. – New York, NY, US: Atherton Press, 1962. – 223 p.
28. Csikszentmihalyi M. Creativity: Flow and the Psychology of Discovery and Invention [Текст] / M. Csikszentmihalyi – New York: HarperCollins, 1996. – 387 p.
29. Gutman H. The biological roots of creativity [Текст] / H. Gutman // Exploration in creativity : R. L. Mooney, T. A. Razik (Eds.). – N.Y.: Harper & Row Publishers, 1967. – P. 3–32.
30. Moles A. Methodologie de la creation scientifique [Текст] / A. Moles. – Paris : Palais de la Découverte, 1963. – 29 p.
31. Rorbach M. A. La pensee vivante. Regles et techniques de la pensee creatice [Текст] / F. A. Rorbach. – Paris : Courrier du Livre, Gérard Nizet, 1959. – 220 p.
32. Silvano Arieti. Creativity: The magic synthesis [Текст] / Arieti Silvano – New York: Basic books, 1976. – 448 p.
33. Simonton D. K. Origins of genius: Darwinian perspectives on creativity [Текст] / D. K. Simonton. – Oxford: Oxford University Press, 1999. – 308 p.
34. Stanley J. C. The Riddle of Creativity [Текст] / J. C. Stanley / Peabody Journal of Education. – 34 (2). – N.J.: Lawrence Erlbaum Associates, 1956. – P. 79–81.
35. Storr A. The Dynamics of Creation [Текст] / Antony Storr – London: Secker and Warburg, 1972. – 248 p.

References

1. Bogin, I. (2012). *101 sovet po motivacii [101 Council of motivation]* M.: Al'pina Publisher [in Russian].
2. Genkin, B. M. (2011). *Motivacija i organizacija jeffektivnoj raboty : (teorija i praktika) [Motivation and organization of effective work (theory and practice)]*. Moskva: Norma [in Russian].
3. Dudar, T. H. & Melnychenko, V.V (2009). *Innovatsiinyi menedzhment [Innovation Management]*. K. : Tsentr uchbovoi literatury [in Ukrainian].
4. Volkov, O.I., Denysenko, M.P., & Hrechak, A.P. (2007). *Economics and organization of innovations*. (3d ed.). K. : Tsentr uchbovoi literatury [in Ukrainian].
5. Kariuk, V.I. (2012). Formuvannia ekonomichnoho stymulivannia innovatsiinoi diialnosti personalu pidpriemstv [Formation of economic incentives for innovation enterprise personnel]. *Ukraina: aspekty pratsi - Ukraine: aspects of labor*, 2, 42-46 [in Ukrainian].
6. Kibanov, A.Ja., Batkaeva, I.A., Mitrofanova, E.A., & Lovcheva, M.V. (2010). *Motivacija i stimulirovanie trudovoj dejatel'nosti [Motivation and stimulation of labor activity]*. M.: INFRA-M [in Russian].
7. Kinan, K. (2007). *Jefferktivnaja motivacija [Effective motivation]*. M.: Jeksmo [in Russian].
8. Kolot, A.M., & Nykyforov, A. Ie. (2008). Motyvatsiia innovatsiinoi diialnosti: teoriia i praktyka derzhavnoho upravlinnia [Motivation of innovation: theory and practice of public administration]. *Ekonomika ta derzhava – Economy and State*, 5, 17–23 [in Ukrainian].
9. Maslow, A. (2012). *Motivation and Personality*. (3d ed.). SPb.: Piter.
10. Mykytiuk, P.P. (2007). *Innovatsiinyi menedzhment [innovation management]*. K. : Tsentr uchbovoi literatury [in Ukrainian].
11. Naumova, O.O. (2010). Vdoskonalennia motyvatsii innovatsiinoi diialnosti personalu [Improving staff motivation innovation]. *Visnyk Natsionalnoho tekhnichnoho universytetu «Kharkivskiy politekhnichnyi instytut»*. Zbirnyk naukovykh prats. Tematychnyi vypusk: Tekhnichnyi prohres i efektyvnist vyrobnytstva - *Proceedings of the National Technical University 'Kharkiv Polytechnic Institute'*. Collected Works. *Special Issue: Technological advances and efficiency*, 7, 149–158 [in Ukrainian].
12. Nirmajer, R., & Zajffer, M. (2013). *Motivacija [Motivation]*. M.: Omega-L [in Russian].
13. Odegov, Ju. G., Fedchenko, A. A., & Dashkova, E. S. (2009). *Motivacija trudovoj dejatel'nosti [Work motivation]*. M.: Al'fa-Press [in Russian].
14. Richi, Sh., & Martin, P. (2009). *Upravlenie motivaciej [Motivation management]*. M.: JuNITI-DANA [in Russian].
15. Semykina, M. V. (2003). *Motyvatsiia konkurentospromozhnoi pratsi: teoriia i praktyka rehulivannia [Motivation competitive labor: Theory and Practice of regulation]*. Kirovohrad: PiK [in Ukrainian].

16. Senichkina, O. E. (2013). Sutnist ta zmist aktyvizatsii innovatsiinoi pratsi pratsivnykiv pidpryemstva [The essence and content of the promotion of innovative work of employees]. *Visnyk NTU «KhPI». Serii: Aktualni problemy upravlinnia ta finansovo-hospodarskoi diialnosti pidpryemstva - Vestnik NTU "KPU." Series: Current Affairs management and financial and economic activities, 52(1025), 129-138* [in Ukrainian].
17. Skrypko, T.O. (2011). *Innovatsiinyi menedzhment [Innovation management]*. K. : Znannia [in Ukrainian].
18. Sternberg, R. & Grigorenko, E. (1997). *Model structure Guildford intelligence: the structure without a foundation*. D. B. Bogojavlenskaja (Ed.). M.: Molodaja gvardija [in Russian].
19. Tolmachova, O.V., & Beltiukov, Ie.A. (2013). Motyvatsiia innovatsiinoi aktyvnosti kadrovoi skladovoi innovatsiinoho potentsialu [Motivation innovation activity personnel component of innovative potential]. *Ekonomichni innovatsii - Economic innovation, 52, 191-197* [in Ukrainian].
20. Florida, R. (2016). *The creative Class. The people who create the future.*(N. Jacjuk, Trans.). M.: Mann, Ivanov i Ferber.
21. Herzberg, Frederick (2007). *The Motivation to Work* (D.A. Kulikov, Trans). Moscow: Vershina.
22. Jung, C.G. (1992). *Spirit in man, art and literature*. (V.M. Bakusev, Trans.). Moscow.
23. Iastremska, O. M. & Bardadym, O. I. (2013). *Motyvatsiia kreatyvnosti novatoriv [Motivation creativity of innovators]*. Kh. : Vyd. KhNEU [in Ukrainian].
24. Amabile, T. M. (1998). How to Kill Creativity. *Harvard Business Review 76, (5), 76-87* [in English].
25. Chambers, J. A. (1967). Relating personality and biographical factors to scientific creativity. *Psychological Monography, 78 (7)* [in English].
26. Collins, M. A., & Amabile, T. M. (1999). *Motivation and Creativity*. R. J. Sternberg (Ed.). Cambridge: Cambridge University Press.
27. Crutchfield, Richard S. (1962). *Conformity and creative thinking. Contemporary approaches to creative thinking: A symposium held at the University of Colorado*. New York, US: Atherton Press [in English].
28. Csikszentmihalyi, M. (1996). *Creativity: Flow and the Psychology of Discovery and Invention*. New York: HarperCollins [in English].
29. Gutman, H. (1967). The biological roots of creativity. R. L. Mooney, T. A. Razik (Eds.). *Exploration in creativity*. N.Y.: Harper & Row Publishers [in English].
30. Moles, A. (1963). *Methodologie de la creation scientifique*. Paris : Palais de la Découverte [in French].
31. Rorbach, M. A. (1959). *La pensee vivante. Regles et techniques de la pensee creatice*. Paris : Courrier du Livre, gérard Nizet [in French].
32. Silvano, Arieti (1976). *Creativity: The magic synthesis*. New York: Basic books [in English].
33. Simonton, D. K. (1999). *Origins of genius: Darwinian perspectives on creativity*. Oxford: Oxford University Press [in English].
34. Stanley, J. C. (1956). The Riddle of Creativity. *Peabody Journal of Education, 34 (2), 79-81* [in English].
35. Storr, Anthony (1972). *The Dynamics of Creation*. London: Secker and Warburg [in English].

Mariya Bugaeva, PhD in Economics (Candidate of Economic Sciences)

Olena Petina, Postgraduate

Kirovohrad National Technical University, Kirovohrad, Ukraine

Motivational Foundations of the Innovative Potential of Youth

Long-term health of the Ukrainian economy and its complete recovery depends mainly on the creation of a significant number of innovations in the fields of science, technology and engineering. Only the work of innovators and entrepreneurs will resist intelligent outsourcing and automation in terms of global spread of knowledge. Given the practical necessity of innovation in today's economy, it is necessary to investigate matters concerning training and motivation of youth in order to become innovators and will implement their ideas. The aim of the article is to discover the essence of motivating innovative potential of youth, study forms and methods of motivation of creative activity, as well as clarification of issues related to the specifics of the creative work of the youth sector.

The analysis of scientific approaches to the definition of the «creativity motivation» from the standpoint of psychology, philosophy and economics was conducted. The role of motivation in creating innovation was defined. The author determined the motivation of innovative potential of young people. The scheme structure of ability of young people to create innovation was developed by the author. The forms and methods of motivation of creative content were considered and generalized. The methods to motivate creativity and innovative potential of young people in the company were offered.

Preparing young people to innovation, building motivation to this activity, formation of creative thinking is complex, multifaceted issue. And, in our view, increase the innovative activity of young people should be considered in light of the economic, research and educational issues, conditions, interaction and motivation of all its members. It was found that there is a weak mechanism for motivating young innovators in Ukraine. It was indicated that talented young workers need the individual approach. The necessity to develop a

set of effective methods of motivating innovative potential of youth in the movement towards knowledge economy was justified.

motivation, innovation, youth, motivating innovative potential of young people, socio-economic mechanism of motivation of innovative potential of youth

Одержано (Received) 25.04.2016

Прорецензовано (Reviewed) 25.05.2016

Прийнято до друку (Approved) 26.05.2016

УДК 304.4:316.42

О.А. Магопець, доц., канд. екон. наук

Кіровоградський національний технічний університет, м. Кіровоград, Україна

Структурологічна модель формування соціальної політики

В статті висвітлено підходи щодо організації процесу формування соціальної політики. Доведено, що процес формування соціальної політики має бути чітко структурованим й ґрунтуватися на виконанні певної послідовності змістовних дій, логічно пов'язаних між собою. Запропоновано структурологічну модель формування соціальної політики, наведена характеристика її складових в контексті відповідності сучасним умовам розвитку економіки та суспільства.

соціальна політика, соціальні проблеми, соціальні пріоритети, соціальні заходи, соціальні програми, соціальні норми, соціальні нормативи

Е.А. Магопец, доц., канд. екон. наук

Кіровоградський національний технічний університет, г. Кіровоград, Україна

Структурологическая модель формирования социальной политики

В статье раскрыты подходы к организации процесса формирования социальной политики. Доказано, что процесс формирования социальной политики должен быть четко структурированным и основываться на выполнении определенной последовательности содержательных действий, логически связанных между собой. Предложена структурологическая модель формирования социальной политики, проведена характеристика ее составляющих в контексте соответствия современным условиям развития экономики и общества.

социальная политика, социальные проблемы, социальные приоритеты, социальные мероприятия, социальные программы, социальные нормы, социальные нормативы

Постановка проблеми. Проголошене гасло на побудову соціально-орієнтованої моделі економіки у нашій державі, поки що так і залишається гаслом не підкріпленим реальними заходами на жодному з рівнів економічної системи. На сьогодні держава неспроможна проводити адекватну наявним потребам суспільства соціальну політику, насамперед через щорічний тотальний дефіцит державного бюджету (у 2015 році дефіцит державного бюджету склав 45,2 млрд. грн., або 59,5% граничного обсягу, встановленого Законом про державний бюджет України на 2015 рік. При цьому видатки соціального спрямування державного бюджету у 2015 році становили 37,7% загальних видатків і це найнижче значення показника за останні п'ять років [1]), та збільшення його видатків на загальнодержавні функції та оборону, а відсутність стратегічних пріоритетів соціальної політики та виважених підходів до її побудови, з урахуванням можливості гнучкого реагування на сучасні виклики, призвели до нарощування соціальної напруженості у суспільстві та нераціонального використання й без того недостатніх коштів на соціальні потреби.

Натомість, підвищення якості й рівня життя населення, як результат ефективної соціальної політики, реалізованої через систему соціальних стандартів і гарантій є