

УДК 331
ББК 65.011.15

Ivanyuk Irina Alexandrovna,
doctor of economics, professor
of the department of the global economics
and economic theory
of Volgograd state technical university,
Volgograd,
e-mail: meon_nauka@mail.ru

Vorotilova Olga Alexandrovna,
candidate of economics, assistant professor
of the department of economics
and finances of the companies
of Volgograd state technical university,
Volgograd,
e-mail: meon_nauka@mail.ru

Иванюк Ирина Александровна,
д-р экон. наук, профессор кафедры
мировой экономики и экономической теории
Волгоградского государственного
технического университета,
г. Волгоград,
e-mail: meon_nauka@mail.ru

Воротилова Ольга Александровна,
канд. экон. наук, доцент кафедры
экономики и финансов предприятий
Волгоградского государственного
технического университета,
г. Волгоград,
e-mail: meon_nauka@mail.ru

МОТИВАЦИОННАЯ ОСНОВА ВОСПРОИЗВОДСТВА ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО КАПИТАЛА INSENTIVE BASIS OF THE INTELLECTUAL CAPITAL REPRODUCTION

В статье исследованы мотивационные основы стимулирования сотрудников, направленные на повышение инновационной активности, профессиональных навыков и интеллектуального потенциала персонала. Мотивационные модели бизнеса и мотивационные модели интеллекта дополняют друг друга, и для достижения эффективного развития бизнес-структур необходимо их совместное применение. Выявлена специфика мотивационной модели интеллекта, ее роль в воспроизводстве интеллектуального капитала. Интеллектуальный капитал осуществляет завершённый процесс движения, формируя, реализуя себя как экономическую систему. Воспроизводство интеллектуального капитала связано с привлечением инвестиционных средств. Только на стадиях материализации капитала, определяемых функционированием маркетинг-систем, создаются возможности окупаемости затрат, получения прибыли. Вероятность достижения результата повышается с ростом активности взаимодействия конкурирующих структур бизнеса.

The article has investigated the incentive bases of employees stimulation aimed at increasing of innovation activity, professional skills and intellectual potential of personnel. Incentive models of business and incentive models of the intellect supplement each other; their joint application is required for achieving effective development of business structures. The specifics of incentive model of the intellect have been determined, as well as its role in reproduction of intellectual capital. Intellectual capital performs the complete process of movement, forming and implementing itself as the economic system. Reproduction of intellectual capital is connected with involvement of investments. The possibilities of expenses recoupage and getting income are formed only at the stage of capital materialization determined by marketing system functioning. The probability of achieving the result is increased with the growth of interaction of competing business structures.

Ключевые слова: мотивационные модели интеллекта, особенности ценообразования интеллектуальных продуктов, характеристика мотивационной модели интеллекта, специфика мотивационной модели интеллекта, интеллек-

туальный капитал, инновационная деятельность, маркетинг-система, воспроизводство интеллектуального капитала, новшества, мотивация.

Keywords: incentive models of intellect, peculiarities of pricing of intellectual products, characteristic of incentive model, specifics of intellect incentive model, intellectual capital, innovation activity, marketing system, reproduction of intellectual capital, innovations, incentive.

Развитие экономики требует постоянно развивающегося интеллектуального потенциала. Знание и интеллект становятся той силой, на которой основывается экономическая система. Знание фактически неистощимо, тогда как земля, труд, сырье и капитал являются ограниченными ресурсами. Цивилизация, основывающаяся на знании, информации, интеллекте, создает информационное общество, в котором интеллектуальный капитал является основной производительной силой.

Без новых идей бизнес не развивается и быстро морально стареет. Интеллектуальные ресурсы не только неисчерпаемы, но и быстро наращиваемы. Поэтому центр интересов бизнеса в ведущих странах мира переместился в сферу воспроизводства интеллектуального капитала.

Интеллектуальный капитал осуществляет завершённый процесс движения, формируя, реализуя себя как экономическую систему. Значительная часть цикла движения интеллектуального капитала связана с привлечением инвестиционных средств, но отдача происходит не сразу. Только на стадиях материализации капитала, определяемых функционированием маркетинг-систем, создаются возможности окупаемости затрат, получения прибыли. Вероятность достижения результата повышается с ростом активности взаимодействия конкурирующих структур бизнеса [1, с. 22–23].

Если люди готовы постоянно обмениваться идеями, увлечены своей работой и во главе стоят лидеры, умеющие накапливать интеллектуальный потенциал, то коллектив будет работать на высочайшем уровне воспроизводства интеллектуального капитала. В наши дни руководство

преуспевающих компаний понимает, что нет ничего постоянного, кроме перемен [3]. Базовыми методами мотивации воспроизводства интеллектуального капитала сегодня являются:

- использование комплексных мотивационных систем, включая раз личные формы и методы поощрения творческой и инновационной деятельности и широкий набор мер социально-психологического воздействия;

- создание в организации инновационного климата, особой творческой атмосферы, формирование инновационной культуры;

- всемерное содействие экспериментаторству и рационализации на всех уровнях и во всех подразделениях;

- нацеленность инновационной деятельности на нужды потреби телей [1, с. 139].

Инновационная деятельность характеризуется определенным уровнем интеллектуальной активности, ориентируемой с помощью мотивационной модели интеллекта [Там же. С. 58–59].

Необходимо, чтобы процесс воспроизводства интеллектуального капитала был непрерывным, постоянно повторяющимся явлением. Производство интеллектуального капитала представляет собой потребление интеллектуальных факторов, что нуждается в регулярном возобновлении.

На современном этапе инновационная деятельность является непосредственной производительной силой, а воспроизводство интеллектуального капитала, его эффективность обусловлены степенью применения результатов научных разработок.

Воспроизводство интеллектуального капитала базируется на единстве форм капитала и планомерном управлении их осуществления.

Экономическое будущее России определяется способностью бизнеса и государства адаптироваться к быстро меняющимся внутренним и внешним условиям развития. Формирование адаптационного потенциала, то есть способности экономики к обновлению, структурным сдвигам, быстрому росту, может быть наиболее эффективным на пути формирования национальной модели воспроизводства интеллектуального капитала.

Сама природа рынка новшеств, где интеллектуальный продукт ориентирован на покупателя, позволяет построить коммуникации в соответствии с требованиями современного рынка, главный принцип которого заключается в том, что производитель выходит на рынок не с готовой продукцией для неизвестного покупателя, а со своей способностью качественно выполнить заказ потребителя. Рынок новшеств развивается как рынок заказов, что принципиально меняет саму систему отношений между продавцами и покупателями, приводя ее в систему коммуникаций, снижающих риски и позволяющих создавать специфические товары (новшества) с длительным циклом производства под гарантии заказчика (инвестора). Так как в инновационных процессах участвуют многие хозяйствующие субъекты, то коммуникации представляют собой разветвленную систему отношений, в которой задействованы крупные и мелкие предприниматели на основе общего интереса в прибыли от нововведения.

На определенном этапе развития результат интеллектуального труда превращается в товар, объект сделок купли-продажи, то есть опосредуется рыночными отношениями. Чаще всего интеллектуальный продукт производится в условиях «естественной монополии», понимаемой как уникальность человеческого ресурса. И эта монополия ог-

раничена возможностями развития интеллекта. Результаты интеллектуального труда персонифицированы.

Выходить на рынок без идей, обладающих тем или иным уровнем новизны, не имеет практического смысла. Поскольку такая самореализация возможна лишь в процессе соперничества с другими субъектами бизнеса, она, по сути, превращается в креативное самоутверждение и рассматривается как особый мотив к совершению конкурентных действий. Его отличие от мотивов конечной и промежуточной выгоды состоит в том, что выгода от его реализации не является очевидной. Значимость данного мотива гораздо выше для малоизвестных компаний, которым важно обратить на себя внимание, либо для компаний, которые специализируются именно в инновационном бизнесе.

Главным звеном в научно-технической политике становится создание инновационных учебно-научно-производственных мегаполисов, научно-технических инновационных и образовательных центров, интегрированных инфраструктур, способных генерировать идеи, вести фундаментальные исследования, на их основе создавать, разрабатывать конкурентоспособные образцы новой техники и технологий, вести подготовку кадров, отвечающих требованиям сегодняшнего дня, которые определяли бы развитие отечественных производств и регионов в целом.

Для предприятий с массовым характером производственных процессов присущи высокие расходы на маркетинговые исследования, НИОКР, организацию производственных процессов. Суммарные затраты на сбыт продукции этих предприятий также достигают значительной величины. Одной из приоритетных задач для крупных предприятий является привлечение больших объемов финансовых ресурсов и трансформация их в инвестиции, поэтому факторами эффективного функционирования таких предприятий будут выступать интеграционные процессы.

Успехи организации определяют ее сотрудники, персонал. Результативный труд приносит человеку удовлетворение и вызывает желание работать более производительно, поэтому механизм мотивации играет важную роль в процессе воспроизводства капитала. Мотивация – это побудительная сила, желание человека что-то сделать.

Эффективный механизм мотивации труда можно создать только на основе учета личных интересов и общественных потребностей людей. Механизм мотивации труда объединяет мотивационные модели бизнеса, воздействующие на способности к деятельности и мотивационные модели интеллекта, влияющие на интеллектуальные способности [Там же. С. 48].

На эффективность воспроизводства интеллектуального капитала огромное влияние оказывает мотивационная модель интеллекта, представляющая собой механизм, направленный на активизацию интеллектуальных способностей сотрудников фирмы и перерастания их в интеллектуальный капитал. Мотивационная модель интеллекта – это механизм, стимулирующий творчество, энергетику, ответственность сотрудников. Мотивационная модель интеллекта и мотивационная модель бизнеса тесно взаимосвязаны [Там же]. Мотивационная модель бизнеса – механизм мотивации труда путем определения соответствия способностей работника характеру выполняемой работы, развития выявленных способностей и получения максимального эффекта от трудовой деятельности с помощью организационной системы.

Специфика мотивационной модели интеллекта заключается в работе с интеллектуальными способностями сотрудников, нацеленной на повышение интеллектуальной

активности в процессе формирования интеллектуального капитала. Интеллектуальный потенциал работников фирмы – это подсистема общего творческого потенциала сотрудников, представляющая собой органическое единство индивидуальных интеллектуальных способностей, отражающих в первую очередь способности к воспроизводству знаний, а также реализованные и нереализованные креативные возможности индивидуальных интеллектов.

В любой экономической системе в механизме мотивации труда человек (и его интересы) – это и субъект этого механизма, и его объект. Важной составляющей мотивационной модели бизнеса является задача самореализации личности. Обучение повышает гибкость сотрудников, обеспечивает их адаптацию к меняющимся условиям, восприимчивость к овладению новыми технологиями и формами работы. Духовное, нравственное начало труда становится приоритетным для наиболее цивилизованных стран мира, и сегодня уже целесообразно говорить не о мотивации труда как такового (это, скорее, актуально на уровне фирмы), а о мотивации на макроуровне всей общественно полезной деятельности человека. Вне рыночные ресурсы, такие как способность субъектов хозяйствования к сопереживанию, взаимопомощи, чувство сопричастности к общему делу (идее), и умелое включение их в структуру механизма мотивации на любом уровне способны повысить эффективность этого механизма без дополнительных материальных затрат.

Сегодня происходит расширение как «горизонтального» набора операций, то есть внесение большого разнообразия в работу в рамках функции одного рода, так и «вертикального» набора обязанностей, то есть обеспечение большей автономности работников в выполнении порученного дела, включение в его обязанности некоторых функций планирования и контроля за качеством собственного труда.

Инновационные структуры находят свое воплощение в использовании проектного принципа построения. Суть его заключается в объединении части материальных и финансовых ресурсов организации в рамках проектных групп, ориентированных на решение конкретных задач: от решения той или иной научно-технической проблемы до создания нового вида продукции.

К факторам, блокирующим нововведения, можно отнести:

1) барьеры организации (степень соответствия новшеств сложившейся организационной системе, нормам поведения, слабая поддержка высшего руководства, чрезмерная централизация и т. д.);

2) барьеры коммуникации (недостаточно развитая сеть коммуникаций);

3) барьеры компетенции (ограниченность опыта, знаний и умений работников);

4) психологические барьеры (нововведения воспринимаются как угроза привычному состоянию).

К факторам, способствующим новаторству, можно отнести наличие творческой и поисковой атмосферы в коллективе, поддержку со стороны высшего руководства, обеспечение необходимыми ресурсами, предоставление должной свободы при разработке новшеств, эффективную систему коммуникаций, обеспечение содержательной деловой информацией, наличие системы повышения квалификации, создание атмосферы доверия и восприимчивости к переменам и др.

Инновации являются имманентной составляющей предпринимательства, всегда присущей рыночным отношениям, сопровождающимся конкуренцией. Инновацион-

ность – это сочетание рациональности и иррациональности. Творчество – это двигатель инноваций, «первичный ресурс» предпринимательства в условиях рыночного хозяйства. Ошибочным является мнение, что инновационная деятельность лежит в области свободного творчества и носит стихийный характер. Эта деятельность обязательно должна быть организованной на систематической основе. Организация управления нововведениями – важное условие интенсификации развития [2, с. 150].

Информационная перегрузка зачастую нарушает логический и стройный порядок понимания многих сложных процессов и явлений. Возникает острая необходимость в обобщениях, сжатии информации до степени обозримости.

В современных условиях наблюдается фактическое отсутствие конкуренции между интеллектуалами, ибо образ мышления и продуктивность интеллектуалов уникальны и никогда не повторяются. Но вместе с тем интеллектуальная конкуренция весьма жесткая среди тех, кто в основном пользуется стандартными или заимствованными решениями, поэтому интеллектуалы соревнуются в сфере идей.

Если предприятие осуществляет выбор и комбинацию ресурсов лучше, оригинальнее и быстрее конкурентов, то ему гарантирован конечный рыночный успех и лидирующая позиция. Если предприятию удастся, то ресурсы обретают форму «ключевых концепций» (оригинальное, особо эффективное сочетание ресурсов). К ключевым факторам успеха предприятия следует отнести прежде всего интеллектуальный потенциал их сотрудников.

Экономическая мотивация требует, чтобы люди как производили товары и услуги, которые они желают потребить, так и получали доход, эквивалентный их вкладу в производство. Одной только трудовой занятости недостаточно, поскольку приходящаяся на труд доля дохода от производства не может обеспечить последовательный рост уровня жизни, возможный благодаря технике. Труд производит как максимум средства к существованию. Капитал же способен производить богатство. Работа трудом временна; работа капиталом обеспечивает пожизненную занятость.

Например, мотивационная программа по результатам работы каждого сотрудника в течение года определяет «почетных пчеловодов» (обычно в корпорации их бывает не более десяти в год). Для них придуман специальный знак – «бриллиантовая пчела». И есть доска почета, на которой вывешены все «бриллиантовые пчелы». Это укрепляет корпоративную культуру и повышает уровень мотивации.

Чаще всего люди в своем отношении к работе руководствуются одновременно несколькими мотивами, но один из них всегда преобладает. С учетом этого выделяют следующие основные типы мотивации [1, с. 42]:

1) инструментальная мотивация. Работник с этим типом мотивации ценит в работе главным образом заработок, по преимуществу в денежной форме. Он будет работать с максимальной отдачей, если его труд будет справедливо и высоко оплачиваться;

2) профессиональная мотивация. Такой человек видит в работе возможность реализовать свои знания и умения и тем самым получить признание окружающих, достичь более высокого положения на предприятии и в обществе. Для такого работника главное – интересная, содержательная работа, возможность проявить себя. Индикатором работника этого типа является развитое профессиональное достоинство;

3) патриотическая мотивация. Тип работника – «патриота», преданного своему делу, коллективу, стране. Эти люди стараются хорошо работать исходя из высоких моральных,

религиозных или идеологических соображений. Такой работник более всего ценит результативность общего дела, в котором участвует, и общественное признание своего участия, выраженное более не в материальных, а в моральных знаках и оценках;

4) хозяйская мотивация, по мнению ученых, – одна из самых глубоких и устойчивых. Работник с таким типом мотивации будет выполнять свою работу с максимальной отдачей, не настаивая на ее особой интересности или на очень высокой оплате, не требуя ни дополнительных указаний, ни постоянного контроля. Но хозяином очень трудно управлять – он суверенен.

Для креативной деятельности характерно преобладание профессионального типа мотивации.

Мотив творческого начала в бизнесе состоит в реализации инновационного потенциала, в той или иной мере свойственного каждому субъекту предпринимательства, который сделал свой профессиональный выбор с опорой

на свободную рациональность в большей степени, чем на рациональную зависимость. Таким предпринимателям обычно свойственно творческое начало, иначе они просто не смогли бы войти в мир профессионального бизнеса. Выходить на рынок без идей, обладающих тем или иным уровнем новизны (в том числе новизны в копировании эталонных образцов), не имеет практического смысла.

Поскольку такая самореализация возможна лишь в процессе соперничества с другими субъектами бизнеса, она, по сути, превращается в креативное самоутверждение и рассматривается как особый мотив к совершению конкурентных действий. Его отличие от мотивов конечной и промежуточной выгоды состоит в том, что выгода от его реализации не является очевидной.

Значимость данного мотива гораздо выше для малоизвестных компаний, которым важно обратить на себя внимание, либо для компаний, которые специализируются именно в инновационном бизнесе.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Иванюк И. А. Маркетинговая модель воспроизводства интеллектуального капитала: монография. М.: Высшая школа, 2003. 203 с.
2. Иванюк И. А. Маркетинг-система взаимодействия конкурирующих структур бизнеса: монография / И. А. Иванюк, О. А. Воротилова, М. В. Пономарева, А. А. Вагин; ВолгГТУ. Волгоград, 2009. 278 с.
3. Иванюк И. А., Воротилова О. А. Перспективное направление развития экономических систем – совершенствование инновационной культуры общества // Вестник ИНЖЭКОНа. СПб, 2010. С. 149–156.
4. Ленская С. А. Интеллектуальный капитал – фактор экономического развития современной России. М.: Высшая школа, 2002. 92 с.
5. Мосейко В. О. Инновационный потенциал и инновационные барьеры предприятия в контексте новой теории факторов производства / В. О. Мосейко, С. А. Князев, Е. В. Кулаченко // Известия Волгоградского государственного технического университета: сб. науч. ст. 2006. № 10 (25). С. 163–167.

REFERENCES

1. Ivanyuk I. A. Marketing model of intellectual capital reproduction; monograph. M.: Vysshata shkola, 2003. 203 p.
2. Ivanyuk I. A. Marketing systems of interaction of competing business structures: monograph / I. A. Ivanyuk, O. A. Vorotilova, M. V. Ponomareva, A. A. Vagin; VolgGTU. Volgograd, 2009. 278 p.
3. Ivanyuk I. A., Vorotilova O. A. Perspective trend of economic systems development – improvement of innovation culture of society // Bulletin of INZhEKON. SPb., 2010. P. 149–156.
4. Lenskaya S. A. Intellectual capital is the factor of economic development of modern Russia. M.: Vysshaya shkola, 2002. 92 p.
5. Moseiko V. O. Innovation potential and innovation barriers of the company in the context of new theory of production factors / V. O. Moseiko, S. A. Knyazev, E. V. Kulachenko // News of Volgograd state technical university: collection of scientific articles. 2006. # 10 (25). P. 163–167.