

М.А. Лячин**ЛОЯЛЬНОСТЬ ПЕРСОНАЛА КАК ИННОВАЦИОННАЯ
СОСТАВЛЯЮЩАЯ ТРУДОВОЙ МОТИВАЦИИ**

Рассматривается природа лояльности в качестве системной составляющей мотивации инновационного труда.

Ключевые слова: лояльность, инновационный труд, мотивирование креативного труда, лояльность как структурный элемент трудовой мотивации.

В условиях продолжающегося экономического кризиса Правительство РФ выдвинуло программу выхода из него на путях модернизации экономики. Главная задача программы – переход на инновационную модель развития отечественного воспроизводства.

В рамках инновационной модели акцент делается на признании того, что основным источником общественного богатства становится человеческий капитал. При этом цель самого общественного производства – накопление человеческого капитала. И хотя прибыль все еще является основным экономическим показателем даже в тех странах с развитой рыночной экономикой, в которых уже 80% прироста ВВП получают за счет созданных новых знаний, материализованных в новых технологиях, методах организации производства и управления, в новых товарах и услугах, на первое место выдвигается прямо противоположная капиталистическому способу система распределения материальных благ. Если раньше оно осуществлялось по силе капитала, то теперь все больше по творческим способностям членов общества.

Однако полная реализация творческих потенциалов работников зависит от многих факторов. Во-первых, творческие способности должны быть развиты. И это достигается, прежде всего, вложением средств в человеческий капитал по крупным направлениям: образование, здравоохранение, социальное обеспечение, общественная безопасность. Во-вторых, в обществе не только предприниматели должны быть открыты для восприятия новых коммерческих идей, но и каждый сотрудник фирмы должен быть заинтересован в генерации инноваций.

Креативный труд требуется и стимулировать и мотивировать особым образом. И эта особенность находит реализацию в переходе от административно-командных методов управления трудом к методам его мотивирования. Мотивирование – это процесс воздействия на человека с целью побуждения его к определенным действиям особым путем, а именно путем пробуждения в нем определенных мотивов. Мотивирование составляет основу управления человеком, а конкретнее – основу управления персоналом как новейшего течения современного менеджмента. Мотивы включаются с помощью стимулов, в качестве которых могут выступать определенные предметы,

действия других людей, предоставляющих возможности иметь что-то, надежды на что-то. Мотивирование труда не исключает полностью административные методы управления трудом, но в управлении персоналом они носят побочное значение. В границах мотивирования труда как современной формы управления персоналом существенное значение приобретает лояльность работников. Многие специалисты отмечают, что современный работник должен быть не только высокообразованным специалистом, но и к тому же непременно лояльным.

Лояльный в переводе с французского и английского имеет два основных значения:

1) лояльный человек, внешне сохраняющий верность по отношению к власти;

2) лояльный – добросовестно относящийся к кому-либо, к чему-либо.

Уважение к властям и верность действующим законам, т.е. «законопослушность», мы оставляем в стороне. Сейчас нас интересует лояльность во втором его значении.

Как показывает анализ, чаще всего лояльность исследуется в такой последовательности: сначала изучается лояльность к хозяину фирмы (лидеру), затем к фирме и в последнюю очередь к самой деятельности на предприятии. Такая последовательность, на наш взгляд, делает исходным пунктом анализа лояльности не первичные, а вторичные, производные уровни отношений. Так, в начале лояльность выводится из отношений «работник – лидер», а между тем исходным уровнем анализа лояльности должны быть трудовые отношения. В связи с этим необходимо начать исследование лояльности с внутрипроизводственных трудовых отношений, а затем переходить к анализу лояльности к хозяину, к фирме, т.е. то, что в прежней цепочке исследования лояльности было последним, должно стать первым.

Если за исходный пункт анализа лояльности берется трудовая деятельность, то становится ясно, что и потребности, и мотивы работников опосредуются его предметно-практической деятельностью и всем процессом общественно-исторического развития культуры. Это означает, что мотивы хотя и носят личностный характер, они тем не менее возникают в общественной деятельности индивидов. И если речь идет о так называемых базовых (витальных) потребностях человека, заложенных в нем от природы, все же и базовые потребности качественно отличаются от потребностей животных.

Все потребности человека так или иначе носят исторический характер, что означает, что они рождаются в историческом процессе преобразования людьми природы и общества. Животные приспособляются к внешней среде, а люди ее преобразуют и за счет труда воспроизводят собственную жизнь. Отсюда первая жизненная потребность человека есть его потребность в самом труде. Это означает, что лояльность работника (или нелояльность) должна исследоваться прежде всего по отношению к труду, а не к лидеру, управляющему трудом. Начинать исследование лояльности в связке «работник – лидер» означает уходить от первичного уровня отношений, детерминирующих лояльность. Между тем часто утверждают, что лояльность возникает одновременно с феноменом лидерства: дескать, как только появились лидеры, тут же материализовались лояльные почитатели и последователи. Полу-

чается, что феномен лояльности обретает свои контуры в незапамятные времена, когда одно человеческое существо могло навязывать свою волю другим себе подобным. При этом таким существом (лидером) мог стать только самый умный, самый сильный и самый хитрый. Если лояльность персонала в первую очередь есть лояльность к лидеру, то ясно, что при анализе лояльности следует уделять особое внимание личностным характеристикам лидера, руководителя, хозяина и т.д. И действительно, проанализировав литературу по теме «лояльность персонала», обнаруживаем, что работ, посвященных специально лояльности, практически нет, но о лояльности специалисты пишут, когда изучают феномен лидерства, стилей руководства, способов формирования высокоэффективных команд, управления производственными конфликтами. Иными словами, лояльность становится предметом исследования тогда, когда менеджмент интересуется механизмом связи «руководитель – персонал». В данной связке современная наука выделяет десять основных качеств руководителя для формирования и поддержания лояльности персонала:

1. Доминантность.
2. Уверенность в себе.
3. Самообладание, эмоциональная уравновешенность и стрессоустойчивость.
4. Креатив.
5. Целенаправленность.
6. Предприимчивость, готовность к риску.
7. Решительность и ответственность.
8. Надежность в отношениях с подчиненными.
9. Общительность, умение работать с людьми.
10. Способность максимально использовать возможности сотрудников.

Не подлежит сомнению, что личностные детерминанты управленческого творчества имеют существенное значение при формировании лояльности персонала. Однако акцент на них оставляет в тени вопрос: при какой форме управления трудом они оказывают определяющее значение по отношению к лояльности сотрудников? На данный вопрос предпринимаются попытки дать ответ. И ответ оказывался проблемным, так как в нем подвергались сомнению, во-первых, личностные качества руководителя, необходимые для формирования и поддержания лояльности персонала. Так, американский психолог Е. Газели поставил под сомнение теорию о превосходстве лидеров-интеллектуалов (лидер должен быть умнее всех). Он обосновал вывод о том, что в менеджменте достигают выдающихся успехов люди со средними интеллектуальными способностями. Во-вторых, Е. Газели доказывал, что никто не будет отрицать факт: интеллектуал – блестящий специалист, но для управления разными людьми нужны качества администратора. Отсюда неизбежен вывод о преувеличении роли административных методов управления трудом. Между тем как в деле формирования и поддержания лояльности персонала ведущее значение имеет мотивирование, а не администрирование.

В таком случае лояльность персонала необходимо связывать с мотивированностью трудового коллектива на эффективную деятельность. И

в связи с этим с управленческой точки зрения, в отличие от администрирования, управление трудовой деятельностью организуется таким образом, чтобы работники действовали в рамках порученных им обязанностей так же, как они поступали бы по собственной инициативе. Этого можно достигнуть в рамках мотивирования работников путем убеждения, в то время как администрирование основано на принуждении. Следовательно, менеджер как мотиватор является противоположностью менеджера-администратора.

Источником инноваций выступают корпорации, фирмы, научно-исследовательские институты, вузы, венчурные фирмы, предприниматели малого бизнеса и т. п. Но инновационная модель развития экономики, и это следует особо подчеркнуть, реализуется при условии подключения к инновационному процессу всех членов общества. Изобретательство в инновационной модели выступает всеобщим явлением, как и товарно-денежные отношения, однако ведущее значение оно приобретает внутри производственного коллектива (персонала). И для того чтобы открытость к инновациям дошла до самого нижестоящего сотрудника фирмы, необходимо обеспечить, во-первых, переход к новой системе управления персоналом. Речь идет об использовании мотивов поведения работников в практике управления трудовой деятельностью. С управленческой точки зрения речь идет о воздействии на человека с целью побуждения его к определенным действиям особым путем, а именно путем пробуждения в нем определенных мотивов. Мотивирование, как уже отмечалось выше, составляет основу управления человеческим капиталом. Во-вторых, использование мотивов поведения в практике менеджмента должно осуществляться системно, т.е. с включением лояльности в трудовую мотивацию. Лояльность, как и вся система трудовой мотивации, носит исторический характер, а потому в связи с мотивированием к труду особого качества сотрудников, как носителей человеческого капитала, как творческих работников, необходимо подчеркивать инновационный характер лояльности. На наш взгляд, инновационная лояльность возникает в особом типе трудовых взаимодействий персонала, а именно в отношениях трудовой состоятельности вместо отношений конкуренции.

Конкурентные отношения – необходимая черта рыночной экономики. Именно безличное давление конкуренции на товаропроизводителей изменило роль техники. Конкуренция привела к тому, что наука и техника стали составлять основу каждодневного существования. Чтобы устоять в конкурентной борьбе, в «войне всех против всех», каждый товаропроизводитель вынужден был применять технику, постоянно думать об ее усовершенствовании или изобретать новую, чтобы уменьшить издержки производства товаров, дав им превосходство над конкурирующими. Конкуренция и погоня за прибылью революционизировали технический способ производства, обеспечили непрерывный технический прогресс. Но если конкурентные отношения способствуют развитию НТП и тем самым создают материальные предпосыл для инновационного типа развития экономики, то это еще не означает, что они являются источником инновационной лояльности персонала. Наоборот, конкурентное капита-

листическое производство вместо лояльности порождает отчужденность персонала от интересов фирмы, да и от участия в техническом прогрессе.

Поскольку инновационный тип развития экономики предполагает заинтересованность в производстве и реализации инновационных идей не только предпринимателей, но и всех участников общественного производства, постольку предполагается преодоление в той или иной мере отчужденности персонала от сферы деятельности предприятия. В таком случае требуется заменить конкурентные внутрифирменные отношения отношениями трудовой состязательности.

Таким образом, конкуренция не только способствует техническому прогрессу и созиданию общества, но порождает и разрушительные формы и методы конкурентной борьбы. И только государственные законы обуздывают враждебный характер конкуренции и в интеллектуальной, изобретательской сфере. В настоящее время в развитых странах уже создана и функционирует сложнейшая система юридической защиты прав собственности на интеллектуальные продукты. И все же никакими правовыми ограничениями невозможно преодолеть внутренние пороки конкурентных отношений.

В настоящее время разрушительный характер конкуренции встает на пути технического прогресса, а потому сама экономика ищет собственные способы их замены более совершенными производственными отношениями. Речь идет о возникновении в развитых рыночных странах отношений взаимодействия и сотрудничества между предприятиями, не свойственных конкуренции с ее антагонизмом. Важная особенность вышеназванного взаимодействия – предварительное согласование участниками в договорном порядке условий совместной деятельности. При этом часто договорные связи носят не разовый, а долговременный характер. Таким образом, создается ситуация взаимозависимости между хозяйствующими субъектами, противоположная той, которая присуща конкуренции. Участники кооперации заинтересованы в том, чтобы результаты хозяйственной деятельности были как можно лучше, так как от кооперации выигрывают все ее участники: на базе специализации внутри кооперации снижается капиталоемкость и ускоряется выпуск товаров. Кроме того, одним из важных следствий развития отношений взаимодействий и сотрудничества вместо конкуренции является расширение поля для плановости.

Таким образом, в недрах развитых отношений зарождаются и функционируют отношения между агентами рыночной экономики, прямо противоположные отношениям конкуренции. Новые отношения обозначаются как отношения партнерские и контрактные (договорные). Переход к подобного рода отношениям знаменует собой глубинный переход от преимущественно репродуктивного к преимущественно творческому (инновационному) содержанию деятельности.

Творческий характер трудовой деятельности находит свое полное развитие в связи с возникновением особого типа трудовой организации, получившей название «добровольная работающая ассоциация». Мы исходим из того, что лояльность персонала зарождается именно в таком типе социальной общности.

Если речь идет о лояльности персонала как ассоциации, то ясно, что качественные характеристики персонала должны не только допускать возможность возникновения лояльности персонала, но и создавать условия для ее развития. Иными словами, сама лояльность персонала становится принципом жизнедеятельности ассоциации как общественной формы.

Все существенные характеристики трудовой общности, в которой возникает лояльность персонала, в исходном плане выводятся из того, что она является добровольно работающей ассоциацией, в которой преодолено отчуждение трудового коллектива от производственной деятельности и его результатов. Речь идет о том, что деятельность персонала строится на основе интеграции труда, управления и собственности на факторы производства и его материальные результаты.

Лояльность персонала в полную меру может получить развитие в границах добровольной ассоциации трудящихся, в которую индивиды включаются не под давлением внешних обстоятельств (конъюнктуры рынка или власти иерархии), а самостоятельно, с целью реализации своих личных интересов, но таких, которые невозможно претворить в жизнь иначе как совместно и в добровольном союзе. Кроме этого, в добровольной ассоциации трудящихся меняется содержание труда. Последний превращается в труд творческий, в деятельность по саморазвитию индивидов. Поскольку саморазвитие членов ассоциации осуществляется в процессе сотворчества, диалога (субъект-субъектного отношения) между членами добровольной ассоциации, постольку лояльность персонала необходимо возникает внутри диалогических отношений.

Однако в современных условиях персонал предприятия не представляет собой в чистом виде свободную ассоциацию индивидов. Напротив, персонал современных фирм является противоречивым соединением рыночных, бюрократических начал и элементов добровольной ассоциации. Поэтому лояльность персонала, связанная с элементами добровольной ассоциации, должна быть отнесена к становящемуся социальному явлению. И, следовательно, непосредственным предметом исследования выступает процесс ее генезиса и формирования в соответствии с нарастанием в современном производственном коллективе отношений добровольной ассоциации.

Поскольку отношения внутри современных корпораций представляют собой, как уже отмечалось, противоречивое соединение рыночных, бюрократических начал и элементов добровольной ассоциации, постольку формирование лояльности включает в себя два процесса: преодоление отношений отчуждения работников от труда и создание условий для развертывания отношений добровольной ассоциации. Трудность заключается в том, что действительная творческая трудовая ассоциация характеризуется открытостью, а поэтому преодоление отношений отчуждения в закрытой трудовой организации не тождественно в отношении открытой. Так, система пожизненного найма в Японии может рассматриваться как пример преодоления отношений отчуждения в закрытой организации, что долгое время позволяло японцам производить высококачественную продукцию. Однако в настоящее время экономика Японии испытывает трудности, и

некоторые экономисты видят причину этого в системе пожизненного найма рабочих. Между тем в специальной литературе по лояльности распространена точка зрения, согласно которой лояльность работника рассматривается как инструмент закрепления сотрудников за данным предприятием и в связи с этим мера лояльности сводится к текучести кадров. Считается, что низкая текучесть кадров есть показатель высокой лояльности (приверженности) персонала к своей фирме.

Исследование зависимости лояльности персонала от вида взаимоотношения внутрипроизводственного коллектива следует отнести к мало разработанному научному направлению в раскрытии содержания названного понятия. В данной статье мы выдвигаем положение, согласно которому лояльность персонала принимает различные формы в зависимости от различных видов внутрифирменных производственных отношений. В связи с этим процесс формирования лояльности персонала приобретает специфику в зависимости от типа взаимодействия сотрудников предприятия, а сам процесс выступает как диалектический, т.е. находящийся в развитии и имеющий определенные закономерности.

Исследование закономерностей формирования инновационной лояльности персонала требует подключения к их анализу современных моделей человека. В настоящее время в социологической науке модельный способ анализа считается наиболее продуктивным, поскольку позволяет вскрывать важные закономерности и взаимосвязи явлений и процессов общественной жизни. При анализе социально-экономических систем управления используются различные модели человека. Основные из них: модель «экономического человека», модель «неэкономического человека», модель «социального человека» и модель «психологического человека».

В условиях инновационной экономики наука испытывает потребность в создании такой комплексной модели человека, которая позволила бы управлять поведением человека с учетом не только экономических, но и социальных, политических, психологических, религиозных, правовых, этических, экологических и иных факторов жизнедеятельности.

В нашей научной литературе уже имеются предложения по разработке комплексной модели человека. Использование модельного способа при изучении лояльности персонала окажется эффективным, если лояльность, в свою очередь, будет введена в структуру трудовой мотивации в качестве системной составляющей.