

ЭКОНОМИКА ТРУДА

УДК 626

М.А. Лячин

ЛОЯЛЬНОСТЬ В СИСТЕМЕ МОТИВАЦИИ ТРУДОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

В статье исследуется социально-экономическая природа лояльности персонала, доказывается положение, согласно которому лояльность есть особое отношение сотрудников к труду как к своему собственному делу, и в этом качестве лояльность выступает системообразующим уровнем трудовой мотивации; обосновывается методологический принцип, в соответствии с ним эффективность системы мотивации персонала на труд достигается, если на предприятии предварительно формируются лояльные отношения персонала к труду.

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

В связи с переходом российской экономики к рыночным методам хозяйствования у российских предприятий возникла необходимость работать, учитывая законы и требования не рынка вообще, а именно современного рынка. Как известно, в странах с развитой рыночной экономикой рынок продавца сменился рынком покупателя. На рынке продавца господствует предложение, т.е. продавец, который навязывает покупателю и номенклатуру товаров и цены. На рынке покупателя, наоборот, доминирующую позицию занимает покупатель, который в условиях перепроизводства товаров, находясь в положении выбора, определяет структуру предложения товаров и объемы их продаж. В связи с этим у товаропроизводителей возникает тактическая и стратегическая ориентация производства на удовлетворение конкретных потребностей конкретных потребителей. В таком случае на первое место выходят качество товаров и внедрение инноваций для производства новых видов товаров. В целом инновационный характер экономического развития рыночной экономики в условиях господства рынка покупателя определяет качественно новые сущностные черты труда и новое отношение к нему непосредственных производителей. К новым чертам следует отнести, прежде всего, превращение человеческого капитала в решающий фактор производства и стратегический ресурс экономики, а самого труда в мотиватор сотрудников на инновационный труд и в источник лояльного отношения к нему персонала. От сотрудников потребовалась творческая инициатива (гибкие технологии), мотивация на труд и лояльное отношение к труду (приверженность к организации).

В условиях господства рынка покупателя, порожденного массовым производством товаров и услуг, требуется новая мотивационная структура, так

как экономический человек, ориентированный на материальное вознаграждение в обществе массового потребления, перестал проявлять требуемую профессиональную активность. Иными словами, рост материального стимулирования в развитых странах с рыночной экономикой не сопровождается больше ростом заинтересованности сотрудников в совершенствовании производства.

Причину данного факта многие специалисты в области управления трудом находят в том, что тейлоровская система научной организации труда постепенно вытеснила за пределы производства все социально-психологические мотивации, оставив одну экономическую, связанную с материальным вознаграждением за труд. Специалисты по экономике труда стали выступать за необходимость возвращения в практику управления трудом человеческих отношений, что вылилось в теорию и практику мотивационного менеджмента. Применение системы трудовой мотивации в организациях привело менеджеров к выводу о том, что мотивации на труд есть более сильное средство повышения производительности труда, чем его материальное вознаграждение. В результате из предмета исследования исключались вопросы новой системы мотивирования труда, так как казалось, что использование социально-экономических мотивов в практике управления трудом реанимирует рост производительности труда и профессиональную активность, а между тем не исследовалась новая связь между зарабатыванием денег и мотивацией сотрудников на труд. Хотя в реальной действительности она уже обнажилась: так, рынок покупателя, предоставляя возможность потребителям купить все, что им нужно, вызвал их новое отношение к деньгам. Если на рынке есть все, что угодно потребителю, то главная проблема – в зарабатывании денег. В таком случае производство должно предоставить сотруднику возможность заработать столько денег, сколько он хочет и может зарабатывать. Ясно, что в таком случае рост заработной платы должен быть поставлен в непосредственную зависимость от роста производительности труда. На деле такую зависимость можно реализовать на предприятии, если сотрудники вступают в процесс производства как владельцы человеческого капитала, создающие добавочную стоимость. Таким образом, массовое производство и рынок потребителя рожают новый массовый мотив членов производственного коллектива: если на рынке я могу купить все, что мне угодно, то я буду стремиться заработать в организации столько денег, сколько мне требуется для покупки желаемых товаров и услуг. В связи с рождением новой системы мотивации возникают дополнительные источники денежных доходов персонала, а именно: участие в прибылях, доходы с ценных бумаг, бонусы и т.п.

Социально-экономическая природа переворота в экономике труда в связи с открытием человеческого капитала теоретически не осмыслена с достаточной глубиной ни в зарубежной литературе, ни тем более в отечественной. В концепциях человеческого капитала к настоящему времени подтвердилось открытие Г. Беккера о человеческом капитале как главной форме общественного богатства и решающем факторе материального производства. Г. Беккер теоретически доказал и обосновал математически, что рентабельные вложения в науку, образование, здравоохранение, систему комфорта и гигиену приносят в несколько раз более высокую экономическую отдачу, чем при-

вычные для индустриального капитализма инвестиции во внутрипроизводственные факторы [2]. Концепция человеческого капитала предопределила переход от теории индустриального общества к теории постиндустриального. Однако она не раскрыла суть этого перехода в сфере труда, а сделала акцент на возрастании значения нематериальных источников общественного богатства, относящихся в первую очередь к человеческому капиталу. Акцент на нематериальных источниках общественного богатства перерос в обоснование приоритетности человеческого капитала в системе факторов производства, а следовательно, собственник предприятия становится в новое отношение к субъективным факторам производства. Частично элементы нового отношения были отражены теоретиками человеческого капитала. Собственников и менеджеров предприятия учили относиться к наемному персоналу как к сфере вложения денежных средств, что использование человеческого капитала в процессе производства, во-первых, требует отказаться от принуждения к труду работников и перейти к «убеждению без принуждения»; во-вторых, так организовать управление производством, чтобы достигались одновременно две цели: рост денежных доходов предприятия и удовлетворенность трудом [3. С. 667]. Все теории трудовой мотивации на Западе разрабатывались в интересах обеспечения эффективной практики достижения двойственной цели производства. В связи с этим предметом исследования специалистов экономики труда стала связь между: а) характеристиками труда; б) психологическими состояниями работников и с) конечными результатами. Однако и трактовка человеческого капитала, и теории трудовой мотивации допускают абстрагирование от природы трудовых отношений, идущих на смену трудовым отношениям индустриального капитализма.

В целом было понятно, что индустриальное общество основывалось на эксплуатации наемного труда промышленных рабочих; главными факторами роста производительности здесь были инвестиции в развитие материального производства, в совершенствование промышленных технологий. Теория же человеческого капитала, делая акцент на приоритетности инвестиций в субъективный фактор производства, не давала прямого ответа на следующие вопросы: исчезает ли эксплуатация наемных работников и их отчужденность от труда при использовании в производстве человеческого капитала? и если исчезает, то какими отношениями заменяется?

Ответы на поставленные вопросы являются фундаментальными для развития теории человеческого капитала.

Специалисты по проблемам человеческого капитала отмечают, что в информационно-инновационном обществе факторы роста производительности труда уже не локализуются на отдельном предприятии, в границах индивидуального капитала. Накопление человеческого капитала осуществляется прежде всего на уровне общества в целом и за счет общества. Это объясняется тем, что инвестиции в человеческий капитал имеют долгосрочный характер. Например, отдача от инвестиций в образование молодежи начинает проявляться через 15–20 лет, но такой срок не устраивает частный бизнес, а потому он всегда предпочитает краткосрочные инвестиции долгосрочным. В связи с этим возникает основное противоречие постиндустриального общества. С одной стороны, частный бизнес вынужден использовать человеческий капи-

тал, с другой – он уходит от долгосрочных инвестиций в человеческий капитал и, следовательно, безвозмездно присваивает интеллектуальную ренту. Но в таком случае сохраняются элементы эксплуатации и отчужденности в сфере труда и трудовых отношений, порождаемые уже условиями применения человеческого капитала.

В то же время приоритетность человеческого капитала на современных предприятиях, подрывая антагонистические формы эксплуатации и отчужденности труда, порождает предпосылки к формированию новых отношений, а именно отношений к труду как к собственному делу. Данные отношения, по нашему мнению, и составляют сущность содержания категории «лояльность в сфере трудовых отношений».

Отношения непосредственных производителей к труду как собственному делу (лояльные отношения) исключены в индустриальном обществе, основанном на отношениях господства и подчинения, но они неизбежно и закономерно возникают, когда работники вступают в производство как собственники человеческого капитала. Выше мы отмечали, что основные вложения в человеческий капитал делает общество в целом, но человеческий капитал персонифицируется индивидами и превращается в их собственность. На современные предприятия приходят не собственники рабочей силы, а собственники человеческого капитала. В результате бизнес вступает в отношение с владельцами человеческого капитала в системе новых трудовых отношений.

Человеческий капитал становится источником добавочной стоимости, если:

- бизнес целесообразно и эффективно использует запас способностей непосредственных производителей для роста производительности труда;
- прирост производительности труда, обеспеченный функционированием человеческого капитала, закономерно и непрерывно связывается с ростом зарплат работников;
- увеличение доходов мотивирует работника делать дополнительные вложения в свой человеческий капитал, кумулятивно его накапливать;
- в процессе накопления человеческого капитала бизнес принимает активное участие на уровне предприятия (обучение работников, например).

Сегодня каждый топ-менеджер развитых стран с рыночной экономикой знает, что именно лояльность сотрудников помогает не только выжить в жесткой конкуренции, но и предоставляет фирме решающее конкурентное преимущество. Менеджеров на Западе не приходится убеждать в том, что лояльные, глубоко мотивированные и высокопрофессиональные сотрудники – это «золотой запас» современного предприятия. Как показывает анализ специальной литературы по экономике труда, руководство отечественных предприятий проявляет заинтересованность в использовании зарубежных теорий трудовой мотивации и методов формирования у сотрудников лояльного отношения к организации.

Однако практика использования мотивационных методов управления персоналом и формирования лояльности, во-первых, недостаточно результативна, во-вторых, имеет слабое научное обеспечение. Достаточно сослаться на то, что в специальной отечественной литературе допускается отождествление мотивационных методов с социально-психологическими, а понятие лояльности трактуется как нравственная категория. Не учитывается то, что

инновационный способ производства базируется на ведущей роли в экономике интеллектуальной составляющей сотрудников, связанной с развитием науки, образования, современных информационных технологий, увеличением доли наукоемкого сектора экономики. Научно-технический прогресс требует разностороннего развития способностей работников. В результате непосредственные производители накапливают и персонифицируют человеческий капитал. И как собственники человеческого капитала они приобретают статус субъекта производственных отношений и вместе с этим статусом превращаются в активных, деятельных участников процесса производства, в котором впервые возникает устойчивая, постоянно воспроизводимая зависимость индивидуального вознаграждения от индивидуальной деятельности работника, от его личного положения в обществе, от накопления его собственного персонифицированного человеческого капитала, от его эффективного применения в процессе производства. Когда человеческий капитал персонифицируется, т.е. становится личным достоянием непосредственного производителя, тогда в корне изменяется способ управления трудом такого работника. Инновационному капиталу требуется не просто высококвалифицированный специалист, а глубоко мотивированный и устойчиво лояльный. Управление трудом работников, личным достоянием которых стал человеческий капитал, вызывает к жизни мотивационный менеджмент.

Для накопления и использования человеческого капитала необходима новая парадигма управленческого мышления и в ее границах развитие мотивационного менеджмента, как сложного социального явления, требующего «очеловечить» все общественные процессы, управлять ими, осуществляя их «человеческое измерение». Мотивационный менеджмент как инструмент управления трудом персонала, каждый член которого является собственником человеческого капитала, по своему сущностному содержанию сводится к управлению развитием человеческого потенциала, к способу развертывания разносторонних способностей владельцев человеческого капитала. И в таком качестве он входит в систему понятий современного информационно-инновационного способа производства. В связи с этим ясно, что методы мотивации инновационного труда не следует отождествлять с социально-психологическими методами управления персоналом, а содержание лояльности сводить к сфере морально-этических отношений.

Методологическая функция понятия «человеческий капитал», превращение данной категории в инструмент анализа лояльности персонала и мотивации инновационного труда выявляются только в том случае, если сущность человеческого капитала трактуется в качестве генетической основы инновационных трудовых отношений. В таком качестве категория «человеческий капитал» помогает получить ответы на многие вопросы. Так, например, основоположники теории человеческого капитала выдвинули положение о двойственной цели производства при использовании человеческого капитала: предполагается, что работодатель должен заботиться не только о получении прибыли, но и об удовлетворенности работников трудом. Однако что заставляет бизнесмена заботиться об одновременном достижении двух вышеназванных целей? Получить научный ответ на данный вопрос без обращения к сущности человеческого капитала как генетической основе лояльных отно-

шений невозможно. Чаще всего говорят: «Относитесь к своим работникам по-человечески, душевно и в ответ вы получите лояльного и мотивированного работника». Но в этом ответе не указывается на необходимость лояльных отношений, что составляет предмет науки.

Другое дело, если, отвечая на вопрос о причинах двойственной цели, мы, обращаясь к сущности человеческого капитала, будем утверждать следующее: «Работник в современных условиях вступает в процесс производства как владелец человеческого капитала и как таковой он, во-первых, есть личность, а во-вторых, приводить в движение свой человеческий капитал на производстве он не будет в условиях отчужденного труда. Следовательно, причины удовлетворенности трудом, механизм ее обеспечения придется искать не в психике работника, а в самом содержании труда.

В ходе эволюции трудовых отношений, в постиндустриальный период развития экономики западных стран, труд в организациях приобрел свойство мотивировать работников на работу. Менеджеры стали сознательно развивать мотивирующий характер труда, проводя мероприятия по усложнению труда, его обогащению и проектированию. Практика обогащения и проектирования труда требовала особой теории мотивации. И она была создана Ф. Герцбергом и получила название мотивационно-гигиенической или двух-факторной теории мотивации.

Важно подчеркнуть, что мотивационная теория Ф. Герцберга открыла новое направление в исследовании трудовой мотивации. Прямые последователи А. Маслоу исходили из теории потребностей, а Ф. Герцберг взял за исходный предмет исследования сам труд, его качество и его мотивирующие факторы. Теорию Ф. Герцберга мы предлагаем выделить из имеющейся на Западе совокупности мотивационных теорий, во-первых, потому, что задача его исследований в области трудовой мотивации – подвести теорию под практику обогащения труда [8. С. 735]; во-вторых, в основу теории трудовой мотивации он положил мотивационный характер трудовой деятельности, т.е. он утверждал, что сама работа должна вызывать у работника чувство удовлетворения, а не только трудовую активность. Именно в том, что работа становится источником удовлетворенности трудом, проявляется мотивирующий характер труда.

В связи с этим Ф. Герцберг в самой трудовой деятельности выделил факторы мотивации и удовлетворенности, факторы, присущие самому характеру труда, и назвал их мотиваторами [8. С. 735]. К мотиваторам Ф. Герцберг отнес следующее:

- признание и одобрение результатов работы;
- продвижение по службе;
- высокую степень ответственности;
- успех и возможность творческого роста.

Факторы, которые хотя и влияют на удовлетворенность (неудовлетворенность) трудом, но находятся за пределами собственно труда, по теории Ф. Герцберга следует определять как гигиенические факторы. К ним относятся:

- политика компании;
- заработная плата;
- межличностные отношения с коллегами;

- практика контроля работы.

Мотивационно-гигиеническая теория Ф. Герцберга давала ясное теоретическое обоснование существующей практики обогащения труда (расширение и содержания, и объема работы). Основной вывод мотивационной теории Ф. Герцберга гласил: если менеджмент вносит изменения в направлении обогащения работы, то он сможет получить желаемые результаты, т.е. усилить мотивацию и производительность только в том случае, если в работе будут задействованы мотивирующие факторы [8. С. 735].

Таким образом, система мотивации трудовой деятельности в исходном плане строится на мотивационном характере самого труда, на мотивирующих факторах, присущих самому характеру и сущности работы. В отечественной литературе по мотивации широко распространено облегченное мнение, согласно которому дескать менеджеру достаточно хорошо знать потребности работников и учитывать их в процессе управления трудом, как он легко может организовать систему мотивации на предприятии. Не трудно заметить, что подобного рода оценка основ мотивационного менеджмента носит чисто психологический и поверхностный характер. Она не имеет ничего общего с научной теорией Ф. Герцберга, согласно которой мотивация работников на труд и рост их удовлетворенности трудом имеет место благодаря наличию в самой работе факторов, мотивирующих сотрудников на достижение эффективности производственной деятельности и достижение удовлетворенности трудом. Кроме того, в связи с необходимостью формирования отношений лояльности персонала к инновационному труду требуется обосновать их приоритетность в системе 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 основной источник общественного богатства – человеческий капитал. При этом целью самого общественного производства становится 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 потенций 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 уходят на второй план. 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, вначале 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 [1].

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, 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 приспосабливаются 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. Получается, 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 лояльности 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 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. Вследствие этого 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 состязательности 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 предпосылки для инновационного типа развития экономики, то это еще не означает, что они являются источником инновационной лояльности персонала. Наоборот, конкурентное капиталистическое 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 лишь 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 взаимо-

действия – 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 взаимодействия и сотрудничества вместо конкуренции является расширение поля для планомерности.

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, преодолевшей 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. В частности, 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 внутри производственного 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, обусловленную типом 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» [10. С. 56].

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 [4, 5].

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.

Литература

1. Овчинникова О.Г. Лояльность персонала // Управление персоналом. 2006. № 10.
2. Беккер Г. Человеческое поведение: экономический подход / предисл. Р.И. Капелюшников. М.: ИД ГУ ВШЭ, 2003.
3. Гловели Г.Д. История экономических учений: учеб. пособие для бакалавров. М.: Юрайт, 2012. 742 с. Серия «Учебник НИУ ВШЭ».
4. Каз М.С. Мотивация труда: трансформация структуры теоретико-методологического знания и когнитивно-ценностный подход // Вопросы экономики. 2005. № 12.
5. Экономика и социология труда: (социально-трудовые отношения): учеб. / под ред. В.А. Гаги. Томск: Изд-во Том. ун-та, 2008. 340 с.
6. Самоукина Н.В. Эффективная мотивация персонала при минимальных финансовых затратах. М.: Вершина, 2006.
7. Классики менеджмента / под ред. М. Уорнера; пер. с англ.; под ред. Ю.Н. Каптуревского. СПб.: Питер, 2001. 1168 с.: ил. (Серия «Бизнес-класс»).
8. Управление человеческими ресурсами / под ред. М. Пула, М. Уорнера. СПб.: Питер, 2002. 1200 с.: ил. (Серия «Бизнес-класс»).
9. Тузова А.А. Мотивация трудовой деятельности. М.: МИЭМП, 2010.
10. Управление человеческими ресурсами – основа развития инновационной экономики: материалы V Междунар. науч.-практ. конф. 20–21 марта 2014 г., Красноярск: Сиб. гос. аэрокосмич. ун-т. Красноярск, 2014. 528 с.

М.А. Lyachin

Department of International Human Resource and Project Management, International Higher Business School, Siberian State Aerospace University, Krasnoyarsk, Russia

E-mail: lmaxa@mail.ru

LOYALTY IN THE INCENTIVE SYSTEM FOR LABOR ACTIVITY.

Keywords: Loyalty; Innovative labour innovations; Incentifying creative labour; Loyalty as a structural element and as a the core level of the labour incentive system.

This paper is relevant under conditions of Russian economy transition towards the innovation-driven development model. Its relevance is justified by the fact that it investigates ways of making enterprise economic activity more efficient through extensive use of the new work motivation mechanism with personnel loyalty as the main strategic motive. The paper contains convincing evidence of the possibility to use personnel creativity to the full, in case management team of the enterprise builds work motivation system based on prioritized role of personnel loyalty in this process. This paper explores social and economic nature of personnel loyalty and contains proof of the thesis, which states that loyalty is a special attitude of employees towards work when it is regarded as their own business and in that case loyalty becomes a strategic level of work motivation process; this paper provides justification of methodological principle stating that the efficiency of work motivation system can be reached, provided that the loyal attitude of personnel towards work is formed previously.

Thus, there is a necessity for administrative structures to base upon scientific understanding of the loyalty nature, its sources and forms of realization. The peer-reviewed paper discloses the essence of personnel loyalty under conditions of social and economic nature of innovation-driven work, specific

motivation of its creative components, taking into account the fact that personnel loyalty acquires special status and takes the leading role in the system of work motivation. In this regard, the purpose of human resource management in modern enterprises has dual character. On the one hand, enterprise management seeks to reach high production efficiency, feeding upon personnel loyalty, on the other – it is preoccupied with steady reproduction of the personnel loyalty itself.

In foreign literature, loyalty is studied through the category of personnel commitment to firm. Commitment is opposed to costly staff turnover, however, despite many practical achievements in this research field, it remains ineffective for the reason that genetic basis for loyal attitude towards work, when it is regarded as one's own business, is left outside the frameworks of scientific research. Russian terminology describes it as a thrifty attitude of labor collective members towards work. But in that case, personnel commitment to organization is not aimed directly at improvement of the work process in a firm in order to form such characteristics of work which will inevitably generate personnel loyalty for work at this enterprise. Present paper, on the contrary, emphasizes and justifies the priority for creating the loyal personnel attitude to work, when it starts being regarded as individual's own business, in order to solve the problem of staff turnover.

References

1. Ovchinnikova O.G. Loyal'nost' personala [Personnel loyalty]. *Upravleniye personalom*, 2006, no.10.
2. Bekker G. *Chelovecheskoye povedeniye: ekonomicheskii podkhod* [Human behaviour: the economic approach]. Moscow, SU-HSE Publ., 2003.
3. Gloveli G. D. *Istoriya ekonomicheskikh ucheniy*. Moscow, Yurayt Publ., 2012. 742 p.
4. Kaz M.S. Motivatsiya truda: transformatsiya struktury teoretiko-metodologicheskogo znaniya i kognitivno-tsennostnyy podkhod. *Voprosy ekonomiki*, 2005, no. 12.
5. Gaga V.A. *Ekonomika i sotsiologiya truda: sotsial'no-trudovyye otnosheniya* [The Economics and Sociology of Labour: social and labour relations]. Tomsk, Tomsk State University Publ., 2008. 340 p.
6. Samoukina N.V. *Effektivnaya motivatsiya personala pri minimal'nykh finansovykh zatratkh* [Effective Personnel Motivation at Lower Costs]. Moscow, Vershina Publ., 2006.
7. Uorner M. (Ed.) *Klassiki menedzhmenta* [Management Classics]. Translated from English by Kapturevskiy Yu.N. (Ed.), St. Petersburg, Piter Publ., 2001. 1168 p.
8. Pul M., Uorner M.(Eds.) *Upravleniye chelovecheskimi resursami* [Human Resource Management]. St. Petersburg, Piter Publ., 2002. 1200 p.
9. Tuzova A.A. *Motivatsiya trudovoy deyatel'nosti* [Incentifying Labour Activity]. Moscow, MIEMP Publ., 2010.
10. *Upravleniye chelovecheskimi resursami – osnova razvitiya innovatsionnoy ekonomiki: materialy V Mezhdunar. nauch.-prakt. Krasnoyarsk, Siberian Aerospace University Publ., 2014, 528 p. (In Russ.).*

Поступила в редакцию DD.MM.2014

Received December DD, 2014

For referencing:

Lyachin M.A. Loyal'nost' v sisteme motivatsii trudovoy deyatel'nosti [Loyalty in the incentive system for labor activity]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Ekonomika – Tomsk State University Journal of Economics*, 2014, no. 4 (28), pp. 32–45.