

---

### **КОНЦЕПЦИЯ МОТИВАЦИИ В КОНТЕКСТЕ СТИМУЛИРОВАНИЯ РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ (по материалам трудов доктора экономических наук, профессора Шаховской Л.С.)**

---

**Попкова Елена Геннадьевна,**

доктор экономических наук, профессор кафедры мировой экономики и экономической теории Волгоградского государственного технического университета; 210471@mail.ru

**Митрахович Татьяна Николаевна,**

кандидат экономических наук, доцент кафедры мировой экономики и экономической теории Волгоградского государственного технического университета; tanyamit@rambler.ru

Статья представляет собой литературный обзор трудов Л.С. Шаховской, в которых раскрываются особенности практического применения концепции мотивации в целях обеспечения развития региональной экономики. В частности затрагиваются такие моменты, как эффективность ведения бизнеса в регионе, эффективность функционирования региональных рынков, а также механизмы регионального управления, основанные на использовании мотивационного инструментария.

**Ключевые слова:** концепция мотивации, региональная экономика, развитие, инструментарий мотивации.

Социально-экономическая ситуация, складывающаяся в региональных экономических системах России в настоящий момент времени, требует активизации управленческих механизмов мотивации труда как на микро-, так и на региональном уровне развития. Методический и методологический инструментарий, накопленный в российских научно-исследовательских работах, на наш взгляд, позволяет формировать достаточно эффективные стратегии регионального развития. Однако работа в этом направлении сталкивается с проблемой слабой систематизации концептуальных подходов к разрешению ключевых противоречий современной региональной экономики. Одним из российских исследователей, оказавших существенное влияние на становление научной школы, развивающей идеи дивергенции

микро- и макроэкономических подходов к решению региональных экономических проблем, является Шаховская Л.С.

Начав свою научно-исследовательскую деятельность с исследования вопросов мотивации труда в переходной экономике, впоследствии основные положения данной концепции развиты автором в направлении выработки практического инструментария управления региональными рынками и повышения эффективности функционирования региональной экономики.

Так в одной из своих работ Л.С. Шаховская указывает [10], что экономические преобразования 1990-х годов сами по себе оказались не в состоянии сформировать эффективную систему мотивации труда, и по своей сущности мотивом к труду служить не могут, поскольку являются ее условиями. Как результат, по оценкам Международной организации труда, в настоящее время производительность труда в России почти в четыре раза ниже, чем в США. В то же время этот показатель, например, в Индии и Китае, а также некоторых восточно-азиатских странах за последние 10 лет удвоился. И, несмотря на проблемы, связанные с отсутствием развитой инфраструктуры, недостатком передовых технологий и квалифицированной рабочей силы, в азиатском регионе наблюдается стабильный рост, опережающий российскую динамику [1].

В связи с этим вопросы мотивации труда в каждой его форме перестают быть микроэкономической задачей и приобретают более универсальный характер: на макроуровне и уровне региона целесообразно говорить, например, о мотивации труда предпринимателя, работодателя, инвестора [5]. Особенно актуальны данные проблемы, по мнению Л.С. Шаховской, в свете решения задачи построения информационной экономики в стране. Так, например, в Волгоградской области в последние десятилетия происходит формирование «новой» экономической структуры с преобладанием сырьевых и топливных отраслей, что никак нельзя считать нормальным в условиях открытого конкурентного рынка. Снижение доли производств с высокой степенью переработки, технологичности и наукоемкости изделий уже в настоящее время негативно сказывается на конкурентоспособности территории Волгоградской области в целом [7]. По сути, все проблемы данного региона в экономической и социальной сферах можно свести к нерациональному, неэффективному и неполному использованию имеющихся потенциалов и слабой мотивации процессов трансформации подходов к их эффективному применению.

Традиционная ориентация на конъюнктурные факторы развития, по мнению Л.С. Шаховской, исчерпала себя еще в начале 2000-х годов [7], однако, как мы видим, за этот период не произошло существенных изменений в источниках экономического роста в регионах РФ. Кризис 2008 года, а также современная экономическая политика показывают, что, по сути, абсолютное большинство российских регионов затаиваются в своеобразные «воронки отсталости», обусловленные использованием неэффективных в глобальных

масштабах источников экономического роста и развития.

При этом под «воронками отсталости» понимается механизм потери отдельными регионами страны возможностей для интенсивного развития вследствие отставания во времени и необходимости противостояния негативному воздействию глобализации. «Воронки отсталости» возникают под давлением экономической экспансии развитых территорий, создающих таким образом условия для своей экономической и политической гегемонии, что способствует возникновению дополнительных возможностей для их развития, измеряемых ростом валового дохода на душу населения. В настоящий момент времени большинство российских регионов отстают, например, от показателей экономического развития США на 20 – 40 лет, что, безусловно, не способствует активизации творческого потенциала персонала российских компаний и чрезвычайно замедляет процесс построения инновационной экономики [2].

Способом решения указанных проблем является развитие конкурентных отношений во всех отраслях народного хозяйства РФ. В различных работах Л.С. Шаховская предлагает обширный инструментарий достижения данной цели. Так в целой группе публикаций по региональному маркетингу [8] указывается, что внедрение маркетингового инструментария управления не только в деятельность традиционных его потребителей – коммерческих предприятий, но и на социально-значимые рынки, а также в деятельность органов местного и регионального управления позволяет значительно повысить не только эффективность достижения запланированных целей и показателей, но и способствует трансформации внутриорганизационных процессов, ведущих к повышению производительности труда.

Источником повышения производительности служит повышение лояльности персонала как внутреннего потребителя отдельных организационных структур к ее руководству и целям организации в целом. Если в традиционных коммерческих структурах маркетинг во многом является обыденным явлением, то идея внедрения его инструментария в функционирование властных структур в течение достаточно длительного периода времени активно дискутировалась [9]. Однако на настоящий момент времени сторонники данного подхода, в том числе и Шаховская Л.С., наблюдают лавинообразный рост объемов государственного и муниципального заказа на разработку стратегий маркетинга отдельных территориальных образований.

Особую роль такая деятельность приобретет в случае свершения факта вступления России в ВТО. Как указывает Л.С. Шаховская [3], при вступлении России в ВТО многие ранее действовавшие рычаги экономической политики, направленные на защиту внутреннего рынка, будут упразднены. Субсидировать отечественные предприятия, предоставлять им налоговые льготы, осуществлять избирательную таможенно-тарифную и нетарифную политику уже не удастся, но государство на уровне субъектов Федерации

сможет существенно снизить возрастающие в результате вступления в ВТО транзакционные издержки национальных производителей. Для этого на базе региональных администраций необходимо организовать департаменты, деятельность которых будет направлена на проведение рыночных исследований с целью выявления влияния иностранных компаний на конкурентоспособность местных производств.

Другим инструментом инновационного развития экономики российских регионов является повышение эффективности функционирования региональных рынков образовательных услуг. В настоящий момент времени полностью исчерпал свои возможности традиционный для советских времен механизм адаптации студентов к будущей профессиональной деятельности во время образовательного процесса. Данный механизм фактически не работает, причиной чему служит пассивное отношение к сотрудничеству с вузами бизнес-сообщества [4], что, по сути, вновь отражает проблему мотивации повышения эффективности бизнеса в регионах.

Таким образом, фактически любая социально-экономическая проблема российских регионов может быть сведена, помимо прочего, к вопросам необходимости трансформации механизмов мотивации построения эффективной экономики. Труды Шаховской Л.С. позволяют изменить традиционный подход к проведению экономических реформ и приводят к мысли о необходимости включения в стратегические документы регионального развития блоков инструментов, связанных с воздействием на систему мотивации сотрудников органов регионального и местного самоуправления, а также бизнес-сообщества и населения региона в направлении повышения заинтересованности всех субъектов экономики РФ в переходе на новый инновационный путь социально-экономического развития.

#### **Список источников**

1. Statistics and databases [2011]. – URL: <http://www.ilo.org/global/statistics-and-databases/lang-en/index.htm>
2. Попкова, Е.Г. Underdevelopment whirlpools [текст] / Е.Г. Попкова, Л.С. Шаховская, Т.Н. Митрахович. – Saarbrucken, Germany: LAP LAMBERT Academic Publishing GmbH & Co, 2011. – 59 p.
3. Шаховская, Л.С. Адаптация российских промышленных предприятий к условиям Всемирной торговой организации (региональный аспект) [текст] / Л.С. Шаховская, И.В. Днепровская, С.Е. Клиот. – Волгоград: РПК «Политехник», 2004. – 105 с.
4. Гущина, Е.Г. Маркетинг образовательных услуг: монография [текст] / Е.Г. Гущина, Л.С. Шаховская. – Волгоград: РПК «Политехник», 2004.
5. Агапцов, С.А. Мотивация труда как фактор повышения эффективности производственно-хозяйственной деятельности предприятия: монография [текст] / С.А. Агапцов, А.И. Мордвинцев, П.А. Фомин, Л.С. Шаховская. – М.: Высшая школа, 2003. – 187 с.

6. Шаховская, Л.С. Разработка региональной стратегии экономического развития на основе маркетинговых средств и инструментов: монография [текст] / Л.С. Шаховская, Е.Г. Попкова, В.Н. Островская, С.В. Генералова, Т.Н. Митрахович. – ВолгГТУ. – Волгоград: РПК «Политехник», 2007. – 214 с.
7. Шаховская, Л.С. Теория и методология исследования социально-экономического потенциала Волгограда: монография [текст] / Шаховская Л.С., Попкова Е.Г., Гущина Е.Г. и др. – Волгоград: РПК «Политехник», 2002.
8. Шаховская, Л.С. Управление маркетингом в современных условиях: монография; Отраслевые особенности организации маркетинговой деятельности в современных условиях: монография [текст] / Л.С. Шаховская и др.; под ред. Л.С.Шаховской. – Шахты: Изд-во ЮРГУЭС, 2007.
9. Чунаков, А.И. Социальный маркетинг в системе местного самоуправления: автореф. дисс. канд. экон. наук: 08.00.05 [текст] / Волгоград, 2007. – 23 с.
10. Шаховская, Л.С. Мотивация труда в переходной экономике: монография [текст] / Л.С. Шаховская. – Волгоград: Перемена, 1995. – 184 с.

---

## **CONCEPT OF MOTIVATION IN THE CONTEXT OF PROMOTING REGIONAL ECONOMIC DEVELOPMENT (Based on the Works of Dr. Sc. of Economy, Professor, Shakhovskaya L.S.)**

---

**Popkova Yelena Gennadyevna,**

Dr. Sc. of Economy, Professor of the Chair of World Economy and Economic Theory of Volgograd State Technical University;

210471@mail.ru

**Mitrakhovich Tatyana Nikolayevna,**

Ph. D. of Economy, Associate Professor of the Chair of World Economy and Economic Theory of Volgograd State Technical University;

tanyamit@rambler.ru

The article represents a literature review of L.S. Shakhovskaya's works, where she reveals basic features of the practical application of the concept of motivation to provide a development of regional economy. Particularly such factors as an efficiency of business activity in a region, a performance of regional markets, as well as mechanisms of regional governance, based on the application of motivational instruments are described.

**Keywords:** concept of motivation, regional economy, development, motivation instruments.