
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.