

Література

1. Дарендорф Р. Елементи теорії соціального конфлікту / Р. Дарендорф // Зарубіжна соціологія ХХ століття: хрестоматія; тексти / відповід. ред. В.Г. Городяненко. — Дніпропетровськ: Видавництво ДНУ, 2001. — С. 259—263;
3. Boulding K. E. Conflict and defence: A general theory. — New York: McGraw-Hill. — 1982. — 213 p.
2. Козер Л. Теорії конфлікту / Л.Козер // Зарубіжна соціологія ХХ століття: хрестоматія; тексти / відповід. ред. В.Г. Городяненко. — Дніпропетровськ: Видавництво ДНУ, 2001. — С. 250—252;
4. http://ebk.net.ua/Book/sociology/gorodyanenko_sotsiologiya/part4/4402.htm
5. Червінська Л.П. Мотивація трудової діяльності в аграрній сфері. — К.: ПАРАПАН, 2003. — 322с.
6. Щекин Г.В. Практическая психология менеджмента. Как делать карьеру. — К.: Украина, 1994. — 245 с.
7. Шериня С.В. Управление персоналом современной организации. — М.: Бизнес-школа «Интел-синтез», 1996. 300 с.

Стаття надійшла до редакції 18.06.2010 р.

УДК 331.1

А. С. Чумаченко, аспірантка,
керівник Н.А.Тюхтенко, декан ЕЮФ,
канд. екон. наук, проф.
ДВНЗ «Херсонський державний університет»

ОБҐРУНТУВАННЯ МОТИВАЦІЙНОГО МЕХАНІЗМУ ФОРМУВАННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ

АНОТАЦІЯ. У статті визначено особливості мотиваційного механізму формування людського, структурного та ринкового капіталів, як складових інтелектуального капіталу. Визначено основні мотиви та стимули, які відіграють вирішальну роль на певній стадії формування кожного структурного елемента інтелектуального капіталу.

КЛЮЧОВІ СЛОВА. Мотив, стимул, мотивація, стимулювання, мотиваційний механізм, інтелектуальний капітал (далі ІК), людський капітал (далі ЛК), структурний капітал, ринковий капітал, об'єкт інтелектуальної власності (далі ОІВ), бренд, авторське право, клієнтська база, споживча прихильність, ділова репутація.

АННОТАЦИЯ. В статье определены особенности мотивационного механизма формирования человеческого, структурного и рыночного ка-

питалов, как составляющих интеллектуального капитала. Определено основные мотивы и стимулы, которые играют решающую роль на определенной стадии формирования каждого структурного элемента интеллектуального капитала.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА. Мотив, стимул, мотивация, стимулирование, мотивационный механизм, интеллектуальный капитал (далее ИК), человеческий капитал (далее ЧК), структурный капитал, рыночный капитал, объект интеллектуальной собственности (далее ОИС), бренд, авторское право, клиентская база, потребительская благосклонность, деловая репутация.

ANNOTATION. *The features of motivational mechanism of forming human, structural and market capitals, as constituents of intellectual capital are certain in the article. The basic motives which play the a decision role the certain stage of forming of every structural element of intellectual capita are defined..*

KEYWORDS. Reason, stimulus, motivation, stimulation, motivational mechanism, intellectual capital (farther IC), human capital (farther HC), structural capital, market capital, object of intellectual property (farther OIP), brand, copyright, client base, consumer favour, business reputation.

ВСТУП. Тенденцією останніх років є думка про те, що ефективність розвитку економіки держави залежить від об'єму існуючого ІК. Формування даного показника в кожній окремій галузі відображає стан її розвитку та перспективи. Але які б не були чудові ідеї, новітні технології, найкращі зовнішні умови, без добре підготовлених трудових ресурсів високої ефективності роботи досягти неможливо.

Вітчизняними теоретиками інтелектуального капіталу стали такі вчені, як Білоус Н., Андрійчук О., Карась П., Тимановська Н., Уманців Г., Цибульов П., Козирев А., Степанів Д., Грицуленко С. та ін. [1; 3].

Серед зарубіжних авторів проблему ІК досліджували: Е. Брукінг, Т. Б'юзен, Г. Міне, Д. Моррісон, Р. Нельсон, А. Слівотські, С.Дж. Уінтер, Д. Шнайдер, Ч. Хенді, Л. Едвідсон, Г.М. Десмон, Р.Е. Келлі, ДЖ. Кел, Д. Белл, Д. Петерсон, Т. Паркінсон, Т.А. Стюарт, Дж. Тобін та ін. [3, с. 30].

Проблема даної статті знаходиться на межі таких понять, як мотиваційний механізм та інтелектуальний капітал. Це пояснюється тим, що на ефективне формування інтелектуального капіталу впливає мотиваційний механізм.

Мотиваційний механізм формування інтелектуального капіталу — це модель, що стимулює творчість, енергетику, відповідальність співробітників, ефективне формування інтелектуального капіталу. специфіка мотиваційного механізму формування Інтелектуального капіталу полягає в роботі з інтелектуальними здіб-

ностями співробітників, націлених на підвищення інтелектуальної активності [4, с. 59].

Теорії мотивації стали активно розвиватися лише в XX столітті, хоча багато із мотивів, стимулів і потреб були відомі в стародавньому світі. Представниками змістовних теорії мотивації є А. Маслоу, теорія існування, зв'язку та росту Альдерфера, теорія набутих потреб Мак-Клелланда та теорія двох факторів Герцберга; процесні теорії мотивації — теорія очікування В. Врума, теорія справедливості Адамса, теорія Портера-Лоулера [2].

Виходячи з вищесказаного, можна побачити, що актуальність обраної проблематики полягає в необхідності дослідження формування інтелектуального капіталу на основі мотиваційного механізму, що на даному етапі являється відкритим питанням.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ. Метою даної статті є розробка й обґрунтування теоретичних положень щодо мотиваційного механізму формування інтелектуального капіталу підприємства. Дослідження поставленої мети передбачає вирішення наступних основних завдань:

- визначити соціально-економічну сутність та структуру інтелектуального капіталу;
- обґрунтувати мотиваційний механізм формування ІК;
- продемонструвати мотиваційний механізм формування людського капіталу;
- визначити мотиваційний механізм формування структурного капіталу;
- виявити основні мотиви, що стимулюють робітників підприємства до інтелектуальної активності;
- розробити мотиваційний механізм формування ринкового капіталу.

РЕЗУЛЬТАТИ.

Інтелектуальний капітал — це сукупність невідчутних активів підприємства, які необхідні для здобуття конкурентних переваг та високих показників фінансових результатів та інноваційної культури як інтегруючого механізму, який синтезує науку, інновації та виробництво для реалізації інноваційного процесу [1, с. 43].

Поняття ІК у сучасній літературі досить широко висвітлене, хоча з приводу його структури існують деякі розбіжності. Кожен з авторів пропонує свої елементи ІК, але по суті структура залишається приблизно однаковою, і включає ЛК, структурний та ринковий капітал [4, с. 33].

Формування ІК базується на формуванні трьох його складових: людського, структурного та ринкового капіталу. Таким чи-

ном мотиваційний механізм формування інтелектуального капіталу ґрунтується на мотиваційних механізмах формування його складових. Розглянемо розроблені нами мотиваційні механізми формування всіх складових інтелектуального капіталу, що представлено на рис. 1, 2 та 3.

Формування ЛК підприємства може здійснюватися за рахунок національних або іноземних людських ресурсів, які в свою чергу, сформовані під впливом відповідно національної або іноземної системи освіти, демографічної ситуації та законодавства (рис. 1). При цьому на людські ресурси впливає мотиваційний механізм підприємства. Зазвичай він представлений механізмом зовнішнього стимулюючого впливу на працівника та механізмом реалізації внутрішньої психологічної схильності працівника до певної діяльності [2, с. 171]. Перший представлений економічними стимулами (матеріальні, моральні) та неекономічними стимулами (морально-психологічні, організаційні). Другий включає такі внутрішні особливості працівника як оцінки, претензії, установки, очікування, внутрішні мотиви.

Проте мотиваційний механізм не мав би сенсу без контролю. Першою стадією контролю є встановлення стандартів, на базі який здійснюється попередній контроль (вимірювання фактично досягнутих результатів), коректування і підбір необхідних стимулів. Після попереднього здійснюються поточний і завершальний контроль з подальшим внесенням корективів.

Формування структурного капіталу починається з моменту виникнення ринкової необхідності у певному винаході (рис. 2). На цьому етапі визначається у якій формі залучення він буде здійснений: як право на об'єкти промислової власності, у формі авторського та суміжних прав або нетрадиційним ОІВ.

Таке замовлення може здійснювати держава або підприємство, а виконувати його береться приватна особа або творчий колектив. При цьому залежно від того чи належить приватна особа або творчий колектив до складу підприємства визначається форма власності даного капіталу: державна, приватна, колективна.

Саме приватна особа і творчий колектив підпадають під вплив мотиваційного механізму. У приватної особи існують сильні внутрішні мотиви до праці, адже над нею немає керівництва і вона сама собі хазяїн, тому і контролює себе сам. Проте також є суттєва матеріальна зацікавленість. Напроти, творчий колектив потребує контролю «зверху», адже внутрішня мотивація не настільки велика як у приватної особи. При цьому керівнику варто приділяти увагу зовнішнім стимулам.

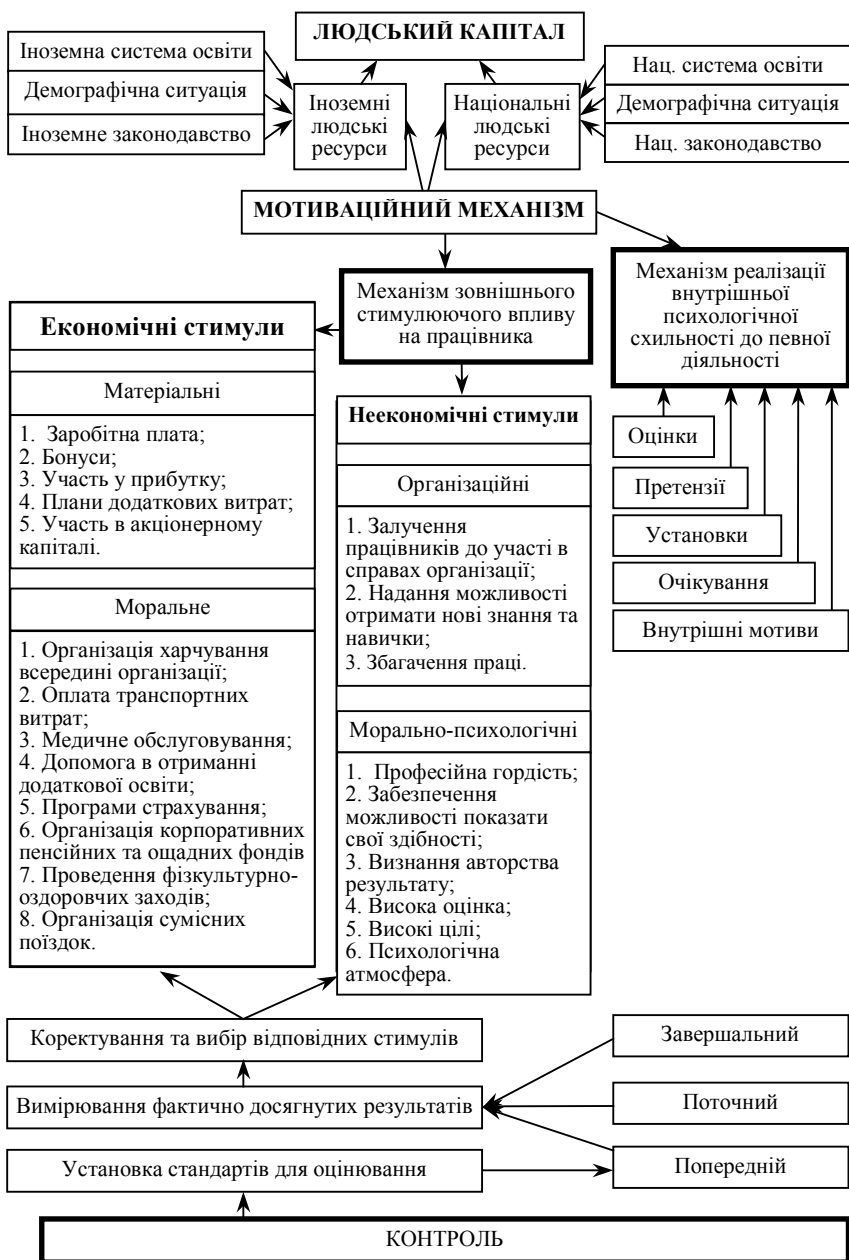


Рис. 1. Мотиваційний механізм формування людського капіталу

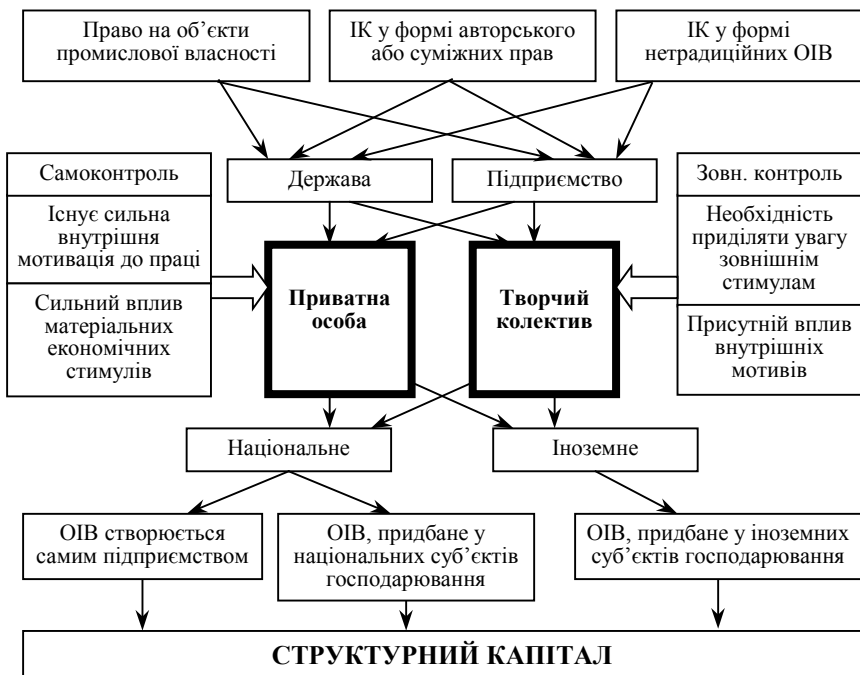


Рис. 2. Мотиваційний механізм формування структурного капіталу

Результат наукового пошуку також може мати як національне, так і іноземне походження. Якщо походження іноземне, то дане підприємство купує право на ОІВ у іноземного суб'єкта господарювання. Якщо походження національне, то в залежності від приналежності виконавця замовлення, підприємство являється або покупцем ОІВ, або творцем ОІВ. Таким чином формується структурний капітал.

Таким чином, сформований ЛК зможе ефективно працювати на базі структурного капіталу, які в результаті створять ринковий капітал. При чому, залежно від того власний чи придбаний ОІВ у підприємства, формування ринкового капіталу буде проходити дещо різні етапи (рис. 3).

Якщо ОІВ власний, то підприємство являється новачком на ринку, тому перш за все, товару необхідно буде отримати споживчу прихильність, а разом з тим створити клієнтську базу. Це може бути здійснено за допомогою стимулювання споживачів до придбання та просування товару через дистриб'юторську систему, моральне та морально-психологічне стимулювання персоналу організації.

На цій основі підприємство буде набувати певної ділової репутації, за якою буде слідувати визнання фірми як відомого бренду. Заключною стадією формування буде наявність своїх людей в організаціях-конкурентах, клієнтах та партнерах. З нашої точки зору, важливим є стимулювання працівників до ефективної роботи, за допомогою стимулу кар'єрного росту. Конкурсна основа посади представника в організаціях-партнерах, клієнтах.

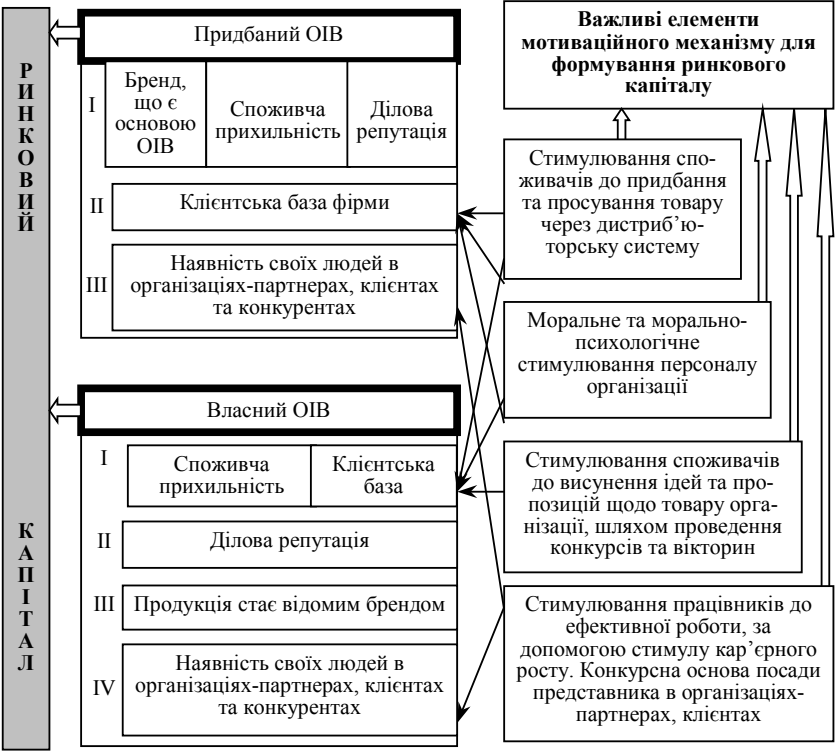


Рис. 3. Мотиваційний механізм формування ринкового капіталу

Якщо ОІВ придбаний, то частіше за все, цей ОІВ вже є відомим брендом, тобто має ділову репутацію та споживчу прихильність. Вже на основі діяльності саме даного підприємства, створення дистриб'юторської мережі, морального та морально-психологічного стимулювання персоналу формується клієнтська база, а як заключна стадія розширення ринкового капіталу — наявність своїх людей в організаціях-конкурентах, клієнтах та партнерах. Тут, знову таки, важливе кар'єрне заохочення працівників.

ВИСНОВКИ.

В ході проведеного дослідження було досягнуто поставлених завдань і мети. Визначено структуру інтелектуального капіталу та особливості мотиваційного механізму його формування.

Наукова новизна представлена авторським поглядом на зв'язок мотивації та інтелектуального капіталу. Вперше мотивація пронизує не тільки сферу людського капіталу, а й структурний і ринковий капітали.

Література

1. Білоус Н., Андрійчук О. Оцінювання інтелектуального капіталу та інноваційної культури // Економіст. — 2008. — № 6. — С. 42—45.
2. Дубчак В. Мотивація персоналу як складова ефективного функціонування транснаціональних корпорацій в сучасному економічному середовищі // Актуальні проблеми економіки. — 2004. — № 7(37). — С. 170—176.
3. Кендіюхов А. Гносеологія інтелектуального капіталу // Економіка України. — 2003. — № 4. — С. 29—34.
4. Пелих О. Мотиваційний механізм ефективного управління // Економіст. — 1999. — № 11. — Листопад. — С. 59—60.

Стаття надійшла до редакції 24.05.2010 р.

УДК 519.714:658.3

О. С. Шилець, канд. екон. наук, доц., докторант,
Донецький національний університет

НАЦІОНАЛЬНИЙ ФАКТОР У РОЗВИТКУ ПЕРСОНАЛУ МІЖНАРОДНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ

АНОТАЦІЯ. У статті розглядаються проблеми розвитку персоналу інтернаціональних організацій, аспекти оцінки діяльності працівників і вибір оцінних критеріїв з урахуванням національного фактору. Запропоновано заходи щодо розвитку персоналу в Україні виходячи з досвіду інтернаціональних підприємств.

КЛЮЧОВІ СЛОВА. Розвиток персоналу, міжнародні організації, підвищення кваліфікації, інтернаціональні організації.

АННОТАЦИЯ. В статье рассматриваются проблемы развития персонала интернациональных организаций, аспекты оценки деятельности работников и выбор оценочных критериев с учетом национального фактора. Предложены мероприятия по развитию персонала в Украине исходя из опыта интернациональных предприятий.