

---

Каримов А.О. Организационно-управленческий механизм развития доверия как фактора повышения качества корпоративного интеллектуального капитала // Информационно-экономические аспекты стандартизации и технического регулирования, 2017. № 5(39).

УДК 331.102.31 (006.85)

## **ОРГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ МЕХАНИЗМ РАЗВИТИЯ ДОВЕРИЯ КАК ФАКТОРА ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА КОРПОРАТИВНОГО ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО КАПИТАЛА**

**Каримов А.О.** аспирант ФГУП «Российский научно–технический центр информации по стандартизации, метрологии и оценке соответствия» (ФГУП «СТАНДАРТИНФОРМ»)

*В статье анализируется система управления развитием корпоративных доверительных отношений как фактора повышения качества корпоративного интеллектуального капитала. Предложена трактовка сущности и рассмотрена специфика данного механизма управления как системы методов и инструментов, используемых для расширенного и наиболее эффективного воссоздания всех форм доверия. Цель статьи заключается в выявлении особенностей и характеристике ключевых элементов механизма управления корпоративным доверием как специфическим фактором повышения эффективности интеллектуального капитала предприятия. Научная новизна выводов состоит в целостной воспроизводственной характеристике доверительных отношений и их влияния на развитие ключевых компетенций предприятия. Научно-практическое значение положений статьи заключается в разработке методического капитала как инструментария повышения результативности использования неэкономических факторов в экономической деятельности организаций.*

**Ключевые слова:** управленческий механизм, интеллектуальный капитал, доверие, доверительные отношения, системная парадигма, методический капитал.

UDC 331.102.31 (006.85)

## **MANAGERIAL MECHANISM OF DEVELOPMENT OF TRUST AS A FACTOR IN IMPROVING THE QUALITY OF A CORPORATE INTELLECTUAL CAPITAL**

**Karimov A.O.** aspirant FGUP «Russian research and development information center on standardization, metrology and compliance check» (FGUP «STANDARTINFORM»)

*The article is devoted to the analysis of the management mechanism of the development of corporate trust relations as a factor in improving the quality of intellectual capital. The interpretation of the essence of this management mechanism as a system of methods and tools used for the expanded and most effective reconstruction of all forms of trust is offered. The specifics of this mechanism are considered, as well as the main elements of its qualitative integrity are analyzed. The purpose of the article is to identify the features and characteristics of key elements of the corporate trust management mechanism as a specific factor for increasing the efficiency of the intellectual capital. The scientific novelty of the conclusions consists in characteristics of trust relationships and their influence on the development of key competencies of the enterprise. The scientific and practical significance of the provisions of the article is to develop innovative methodological capital as a tool for increasing the effectiveness of non-economic factors in the economic activities of various organizations.*

**Key words:** management mechanism, intellectual capital, trust, trust relations, system paradigm, methodical capital.

---

Очевидно, что под механизмом управления понимается совокупность определенных принципов, функций, методов и управленческих стилей; при этом часто за пределами исследовательского внимания остается собственно организация управления, анализ форм и способов принятия управленческих решений [См.: 3, 18 и др.]. Более комплексным представляется подход к исследованию механизма управления, в рамках которого непосредственно учитываются экономические интересы всех предполагаемых участников взаимодействий. Здесь механизм управления предстает как совокупность экономических, организационных и институциональных способов воздействия на объект с целью согласования интересов взаимодействующих сторон и обеспечения достижения воспроизводственных результатов. Преимущество такого подхода заключается в том, что здесь в механизм управления включаются еще и все процессные аспекты (каналы связи, властных полномочий, когнитивного обеспечения и т.д.) [См.: 9, 11 и др.]. С учетом отмеченных положений, резонно выделить детерминанты и свойства механизма управления

корпоративным доверием, именно как фактора повышения качества корпоративного интеллектуального капитала.

Во-первых, инструменты данного механизма трудно идентифицировать, поскольку доверие есть функция именно неявного знания [См.: 17, 19 и др.]. Специфика отмеченной когнитивной основы механизма управления корпоративным доверием, в ракурсе его влияния на интеллектуальный капитал организации, заключается в объективной необходимости учета множества условий, составляющих целостность доверительных отношений, а также отражающих междисциплинарность соответствующей управленческой проблемы. В связи с этим, выделим, как минимум, две исследовательские проблемы: во-первых, субъект управления должен обладать междисциплинарным качеством своих управленческих компетенций; во-вторых, инвестиции в систему корпоративных доверительных отношений есть, по сути, инвестиции в систему, прежде всего, непередаваемого неявного знания.

Во-вторых, механизм управления должен затрагивать систему реальных хозяйственных интересов всех участников доверительных отношений. Если согласиться, что высокоэффективное управление есть функция управления интересами и мотивами субъектов воспроизводства, то для управления системой доверия как фактора повышения качества корпоративного интеллектуального капитала, данный тезис становится императивным. Следовательно, рассматриваемый механизм становится механизмом «ювелирной настройки» экономических интересов различных собственников интеллектуальных капиталов, каждый из которых имеет широкий диапазон своих созидательных устремлений. Научно-практический смысл данного положения заключается в том, что важнейшим эндогенным свойством рассматриваемого механизма и, главное, субъекта управления, должно стать такое важнейшее свойство, как психолого-педагогическое сопровождение процесса развития корпоративных доверительных отношений.

В-третьих, механизм организации управления системой корпоративного доверия призван представлять собой перечень комплементарных и когерентных форм влияния на компетенции сотрудников предприятия, что, в результате, призвано воссоздавать перечень определенных «критических масс». Смысл в том, чтобы система корпоративного доверия обеспечивала не только устойчивость предприятию как субъекту рыночных отношений, но и придавала определенную «когнитивную» скорость. Другими словами, собственник интеллектуального капитала (индивид, сетевая группа, корпоративное сообщество как целостность) должен постоянно испытывать потребность в саморазвитии, с точки зрения стремления «оправдания доверия себе, сетевой группе, коллективу в целом». При этом «критические массы» креативных устремлений, «синергетические ускорения» в когнитивной деятельности и другие функции комплементарных и когерентных эффектов (речь идет о так называемых «кумулятивных группах») [См.: 25], носят подвижный характер. Субъект управления это должен знать и осуществлять соответствующее «точечное» воздействие.

В-четвертых, рассматриваемый механизм является, одновременно, механизмом и социально-экономического и организационно-экономического управления. При этом социально-экономический аспект проблемы предопределяется не только когнитивной онтологией доверия, но и чрезвычайной актуализацией системы хозяйственных интересов всех участников творчески-трудовых взаимодействий. Организационно-экономическая составляющая связана с потребностью создания требуемой формы для социально-экономических отношений, с необходимостью позиционирования организационного капитала как самостоятельного явления в управленческой деятельности. Отмеченные положения, во-первых, предопределяют растущую значимость системы собственности и обязывают субъекта управления пристально отслеживать потоки интеллектуальной ренты и справедливость их распределения; во-вторых, обуславливают необходимость четкого

позиционирования таких интегральных инструментов, как методический и организационный капитал предприятия.

В-пятых, резонно отметить, что функциональность механизма влияния корпоративного доверия на качество интеллектуального капитала фирмы зависит от «правил игры», воплощенных в характеристике национальной инновационной системы [См.: 1, 26 и др.]. Как показывает практика развития инновационной экономики, внешние институты могут оказывать существенное влияние на качество предпринимательской деятельности и, следовательно, на соответствующие характеристики интеллектуального капитала предприятия [См.: 12 и др.]. Сказанное означает, что в формировании и развитии рассматриваемого механизма, следует исходить не столько из приемлемых корпоративных институтов, сколько из благоприятной либо неблагоприятной внешней институциональной среды. В современных условиях именно низкое качество институтов развития выталкивает предпринимателей в теневой сектор экономики, что негативно сказывается и на качестве интеллектуального капитала [См.: 6, 15 и др.].

В-шестых, организационный механизм управления доверительными отношениями должен характеризоваться внутренней логикой развития и воспроизводственной завершенностью. В данном случае, речь идет о ясном понимании того, что есть у данного механизма «на входе», и каким предполагается управленческий продукт «на выходе». Смысл воспроизводственной завершенности заключается в том, что в рамках рассматриваемого механизма должны иметь место, как минимум, три качественные целостности: а) подготовленный и способный к соответствующим решениям и действиям субъект управления; б) четкие контуры объекта управления, скрытого в системе неявного знания: таким объектом является система неявного доверительного знания; в) методический капитал, необходимый для формирования и развития системы корпоративных доверительных отношений.

Таким образом, *организационно-управленческий механизм совершенствования корпоративных доверительных отношений* есть воспроизводственная целостность методов и инструментов, используемых соответствующим субъектом для расширенного воссоздания всех форм доверия, обеспечивающего неуклонное повышение качества различных видов интеллектуального капитала предприятия, а также рост добавленной стоимости. Именно воспроизводственный подход к анализу данного механизма позволяет конкретизировать, декомпозировать и охарактеризовать его элементную структуру [См.: 16]. Далее, используя известные элементы системной парадигмы, необходимо разработать научно-практический концепт развития и обеспечения высокоэффективного функционирования данного механизма.

**Первый элемент данного механизма** непосредственно связан с системой субъектных отношений и дает ответ на вопрос о том, кто может создать вышеназванный механизм. Представляется, что управленческий капитал субъекта, призванного обеспечить требуемое качество данного механизма, должен обладать перечнем релевантных свойств. Во-первых, этот капитал принимает форму «пассионарного капитала», характеризуемого оригинальным набором свойств. Следует отметить, что управленческий капитал пассионарного качества имеет в своей основе перечень естественно-природных и благоприобретенных качеств, характеризующих конкретного субъекта как управленческого лидера [См.: 4 др.].

Во-вторых, названный управленческий капитал должен представлять собой «креативный симптомокомплекс», то есть специфических свойств, характеризующих управленца как личность, способную к эвристике [См.: 2]. Ведущими элементами креативного симптомокомплекса являются: творчески-трудовая экологическая ниша (призвание) субъекта, высокий уровень интеллекта, а также перечень психологических качеств, способствующих либо тормозящих процесс принятия креативных решений и реализации творческих устремлений [См.: 13 др.].

В-третьих, отмеченный капитал должен иметь высокоразвитую институциональную, организационную и методическую форму, представлять собой, одновременно, требуемое качество институционально-организационного и методического капитала. В данном случае институциональный капитал субъекта управления представляет собой поток ценностей, воссоздающих спектр корпоративных институтов, обеспечивающих развитие системы доверительных отношений в рамках предприятия [См.: 14, 17 и др.]. Организационный капитал представляет собой способность быстро изменять элементы «организации дела». Наконец, методический капитал, рассматриваемый в контексте развития корпоративных доверительных отношений, есть комбинаторный поток инструментальных ценностей, релевантных требованиям объекта управления и обеспечивающих наивысшую эффективность решения задач управления фирмой [См.: 27 и др.].

В-четвертых, управленческий капитал всегда есть прогрессивная смысловая модель, заключающая в себе интенции новых смыслов и ценностных ориентиров, призванных обеспечить высокое социально-гуманитарное качество управленческих преобразований, нацеленных, в том числе, на совершенствование корпоративных доверительных отношений. Речь идет о пассионарном капитале интеллектуального, духовно-нравственного качества, отвечающего требованиям ноосферного типа индивидуального и общественного воспроизводства. Очевидно, что подготовка субъекта управления, обладающего ценностно-смысловым капиталом, является специфической задачей для создателей отечественной инновационной системы, включая руководителей научно-образовательного комплекса страны.

В-пятых, исследуемый управленческий капитал отнюдь не персонифицирован в конкретной личности пассионарного лидера, а характеризуется системой управленческих отношений. В эту систему включаются все собственники индивидуального, сетевого и корпоративного интеллектуального капитала как целостности. В широком смысле, субъектами

управления в сфере развития корпоративных доверительных отношений могут быть все собственники интеллектуальных капиталов, способные осуществлять целеполагание и смыслопроизводство, релевантное воссозданию данных отношений. Понятно, что такого идеального состояния едва ли удастся достичь, но стремиться к этому необходимо, поскольку вне рамок широкой лидерской сети осуществить цели в сфере создания высокоэффективных доверительных отношений, едва ли представляется возможным. При этом в состав этой лидерской сети могут входить формальные и неформальные руководители социально-сетевых групп, корпоративные «жрецы», опытные наставники, рядовые сотрудники, способные к самоуправлению и самообразованию [См.: 8, 10, 20 и др.].

**Второй элемент рассматриваемого механизма** непосредственно увязывается с системой субъект-объектных отношений и предлагает ответ на вопрос о том, на что должно быть направлено управленческое воздействие. Очерчивая объектную сферу рассматриваемых управленческих воздействий, необходимо иметь в виду их иерархическую структурную взаимосвязь. Во-первых, исходным объектом управленческого механизма является индивидуальный интеллектуальный капитал и окружающее его пространство доверительных отношений. В это пространство включаются все сферы, системы и блоки доверительных отношений, «фокусом» которых выступает индивидуальный капитал личности. Здесь важнейшая управленческая задача заключается в создании механизма комплементарности и когерентности инструментов развития доверия и его воздействия на конкретного корпоративного индивида, превращая его в креативного субъекта, осуществляющего непрерывное саморазвитие и повышающего уровень своих компетенций.

Во-вторых, промежуточным объектным блоком исследуемого управленческого механизма является многоуровневый сетевой интеллектуальный капитал, а также окружающее его пространство



доверительных отношений. Сюда также включается перечень видов доверительных отношений, воспроизводящихся в рамках функционирования конкретной сетевой группы (например, команды качества, или центра прибыли), как собственно внутрифирменного сетевого сообщества, как части корпоративного сообщества в целом, представленного корпоративной элитой, как части межфирменных и иных внешних отношений и взаимодействий. Особая роль данного «промежуточного объектного блока» заключается в обеспечении оптимизации общей системы корпоративных доверительных отношений.

В-третьих, интегральным объектным блоком исследуемого управленческого механизма является общий интеллектуальный капитал предприятия, а также его внутреннее и внешнее пространство доверительных отношений. Корпорация как целостность, с одной стороны, аккумулирует в себе систему корпоративного неявного доверительного знания, а с другой стороны, находится в пространстве доверительных отношений, причем, как внутренних (прежде всего, между корпорацией и сетевыми группами), так и внешних (между корпорацией и другими акторами). Роль данного интегрального объектного блока, одновременно, впитывающего и генерирующего доверительные отношения, трудно переоценить, поскольку именно управленческая интеллектуальная элита является источником доверия и релевантных инвестиционных потоков, формирующих и поддерживающих систему доверительных отношений.

**Третий элемент исследуемого механизма** характеризуется системой «правил игры», или институциональными эффектами, воспроизводимыми в рамках экономической системы. С точки зрения воссоздания системы корпоративных доверительных отношений, об этих институциональных эффектах, или «правилах игры» в процессе хозяйственных взаимодействий, следует говорить в трех смыслах. Первое – это собственно институциональное доверие, которое существует в экономической системе и демонстрируется, с той или иной степенью глубины, всеми экономическими агентами. Второе – это

эффект институциональных экстерналий, который может быть, как положительным, так и отрицательным. Производительный характер экстерналий заключается в положительном сигнале. Суть этого сигнала состоит в следующем: высокий уровень доверия к институтам власти может быть трансформирован на механизм формирования такого же доверия в системе межфирменных и внутрифирменных отношений. Третье – это производная от качества институционального доверия общая «транзакционная эффективность», которая является результатом взаимного дополнения институционального доверия, воссоздаваемого на макроэкономическом и микроэкономическом уровне. Очевидно, что «мультипликатор» институционального доверия рассчитать едва ли возможно, но несомненным является положительное влияние этого «мультипликатора» на динамику корпоративной добавленной стоимости.

В связи с отмеченными обстоятельствами, реальная отечественная действительность институциональных отношений и одноименного доверия, может характеризоваться следующими тенденциями. Во-первых, руководители предприятий копируют схему внешних негативных правил игры (низкокачественных институтов), даже если эти правила априори заключают в себе генотип масштабной коррупции и недоверия институтам официальной власти. В данном случае полностью господствует плутократический механизм хозяйственных отношений, где практически отсутствует «явление интеллектуального» как функция экономической духовности и гуманизма. В результате в экономике, на уровне первичных хозяйственных звеньев, может сформироваться система тотального институционального недоверия. Во-вторых, пассионарное руководство предприятий на некоторое время приспособливается к действующим низкокачественным институтам, пытаясь обнаружить «золотую середину», где было бы возможно несколько сгладить институциональное недоверие в системе «предприятие – государство» (точнее, в системе «предприятие – бюрократический аппарат как собственник властных полномочий»). Однако в этом противодействии, даже если оно принимает

«мягкие» формы, экономическая бюрократия, рано или поздно, одерживает победу, подчиняя предприятия своим властным амбициям. Экономическая безопасность и рыночная выживаемость здесь непосредственно увязывается с системой неформальных отношений (в нашем случае – патрон-клиентских отношений в обществе) [См.: 19, 22 и др.].

**Четвертый элемент организационно-управленческого механизма** характеризуется определенной проектной формой корпоративного интеллектуального капитала, именно как функции качественной целостности соответствующих доверительных отношений. Речь здесь идет о наборе уникальных знаний и ключевых компетенций, которые требуется формировать и развивать у корпоративного сообщества как целостности и которые обеспечивают предприятию решение следующих задач: а) устойчивый социально-экономический рост; б) прочность позиций в конкуренции; в) креативная и интеллектуальная безопасность; г) благоприятные перспективы стратегического инновационного развития. Решению этих и множества связанных с ними задач, будет способствовать четкое «проектное видение» релевантных свойств интеллектуального капитала предприятия, выступающих как функция системы корпоративных доверительных отношений и среди которых необходимо выделить следующие, наиболее целостные когнитивные «интегралы».

Во-первых, требуется формировать новое качество смысловой модели человеческого капитала, имманентным качеством которой является ноосферность и гуманистический вектор созидательной деятельности. Во-вторых, интеллектуальная форма данного капитала должна заключать в себе высокий уровень социальных компетенций, обеспечивающих требуемую интенсивность развивающего обмена-общения и состав креативных участников. При этом критически значимым элементом социальных компетенций является способность воссоздавать систему корпоративной социальной ответственности. В-третьих, проектный интеллектуальный капитал должен характеризоваться

таким набором институциональных ключевых компетенций, который обеспечивает высокую интенсивность социально-экономических и иных взаимодействий. В-четвертых, формируемый капитал призван заключать в себе перечень организационных компетенций, то есть способностей модифицировать организационную структуру предприятия, всякий раз выстраивая ее в соответствии с требованиями окружающей среды. В-пятых, необходимыми свойствами создаваемого интеллектуального капитала также должны быть когнитивные, методические, аналитические, маркетинговые и другие компетенции, обеспечивающие предприятию прочность рыночных и социальных позиций в экономике. В-шестых, интеллектуальный капитал инновационного качества характеризуется признаком и компетенцией самообучения, то есть способностью к самостоятельному, именно эндогенному развитию навыков и умений, требуемых в данный момент времени. В-седьмых, «интегрально-кумулятивными» компетенциями должны стать способности к непрерывному инновационному мышлению, к эвристике и расширенному воссозданию оригинальных идей. Здесь должен иметь место «стержень профессионализма», обеспечивающий безусловное доведение новых идей до инновационных продуктов, востребованных на различных уровнях ноосферного воспроизводства.

Логика данного исследования позволяет обоснованно констатировать, что проектный интеллектуальный капитал инновационного качества невозможно сформировать вне системы релевантных доверительных отношений. Дополнительная конкретика доказательства данного умозаключения связана со следующими логическими суждениями. Прежде всего, невысокий уровень доверия «отнимает энергию» на преодоление социальных и трансакционных издержек, выступающих как следствие институционального, а также межфирменного и внутрифирменного недоверия. Кроме того, инновации блокируются вследствие отсутствия ценностно-смыслового «культа» креативности и ценности нового знания, а это возможно только в случае доверия

к творцам, предоставления им реальной свободы творчества и терпения к их аффективным формам поведения, что имманентно креативным людям и их сетевым группам. Вне рамок доверия невозможно создавать брейнсторминговые коллективы, креативные профессиональные сообщества, центры прибыли, команды качества и т.д. Добавим, что именно бренд доверительных отношений является своеобразным «магнитом» для привлечения в корпорацию неординарных личностей и мотивированных «охотников» за идеями [См.: 21]. Наконец, отметим, что без доверия организации и качеству ее продукции со стороны целевой аудитории, невозможно всерьез рассчитывать на успех инновационной политики фирмы в долгосрочной перспективе. Очевидно, что без доверия невозможно выстраивать высокоэффективные и взаимовыгодные отношения со всеми партнерами по бизнесу, с консалтинговыми, аудиторскими и другими акторами современного рынка.

**Пятый элемент рассматриваемого механизма** представляет собой важнейший блок, связанный с созданием и использованием процессных форм, комбинирующих все звенья данного механизма. Отмеченные процессные формы включают следующие основные компоненты и их соответствующие формы. Во-первых, - это воспроизводственно-технологический комплекс, включающий набор методов и инструментов непосредственного и опосредованного воздействия субъекта управления на соответствующий объект с целью создания желаемого или «ожидаемого образа» системы доверительных отношений и, в конечном счете, интеллектуального капитала высокого качества. Воспроизводственный аспект здесь заключается в том, что субъект управления всегда должен видеть и знать «начало» и «завершение» процесса управленческого воздействия. Очевидно, что в этом случае сотрудники организации «проникаются» глубоким доверием именно к процессу создания инновации, поскольку всегда осознают свое место в производстве добавленной стоимости. Технологический аспект состоит в использовании множества методов производства доверительных отношений, включая новейшие

когнитивные и информационные технологии обработки данных и ранее произведенных явных и неявных знаний.

Во-вторых, - это инвестиционный комплекс, характеризующий набор потоков инвестиционных ценностей, обеспечивающих создание реальной «строительной площадки» доверительных форм. Здесь важно четко выделить и позиционировать адресные потоки релевантных инвестиций в сферу воссоздания доверительных отношений на всех уровнях корпоративной деятельности. Очевидно, что должны осуществляться инвестиции в формирование и развитие системы внутриличностного доверия, межличностного, межсетевого внутрифирменного, межфирменного, а также общего институционального доверия. Главным же здесь является четкое понимание качества и «ценностное наполнение» потоков инвестиционных ценностей, которые имеют отнюдь не привычную, в экономическом смысле, форму. Кроме того, инвестиционные программы могут и должны быть не только многоуровневыми, но и многосубъектными, включающими, по возможности, всех сотрудников конкретной организации.

В-третьих, - это креативно-мотивационный комплекс, включающий перечень различных форм и способов мотивации участников, вовлеченных в создание доверительных отношений, или в «производство доверия». Субъект управления созданием доверительных отношений и, как следствие, интеллектуального капитала релевантного качества, должен владеть способами и методами воссоздания глубокой заинтересованности в корпоративном доверии, четко понимая его ключевую факторную роль в расширенном воспроизводстве корпоративных инноваций. Система доверия здесь формируется путем создания и использования широкого спектра инструментов мотивации, связанных с материальными и, особенно, невещественными стимулами и регуляторами социально-экономической деятельности. Отметим, что особое место здесь занимают психолого-педагогические механизмы расширенного воспроизводства механизма мотивации. Кроме того, источником

«запуска» системы мотивации является созидательная воля и креативная энергия пассионарного лидера организации. Источником «подпитки» данной системы является справедливость распределения потоков воспроизводимой интеллектуальной ренты [См.: 5, 23, 24 и др.].

Выявленные и кратко охарактеризованные ключевые элементы механизма управления формированием и развитием системы корпоративных доверительных отношений, имеют четкую цель: создать корпоративный интеллектуальный капитал определенного набора требуемых качественных свойств, где ключевым свойством является компетенция самообучения и инновационного (дивергентного) мышления. Важно подчеркнуть, что именно эти качественные свойства интеллектуального капитала предприятия невозможно сформировать и, далее, обеспечить развитие без высокоразвитой системы корпоративных доверительных отношений. Только отношения доверия могут обеспечить воссоздание креативного симптомокомплекса, функциональность которого определяется качеством внутренней свободы, уверенности экономических агентов в экономической честности, господстве предсказуемых ожиданий ключевых решений и действий, предпринимаемых со стороны экономических агентов. В связи с отмеченными положениями, ключевое значение для развития системы корпоративных доверительных отношений имеют соответствующие потоки инвестиционных ценностей.

Итак, управленческий механизм обеспечения высокой результативности влияния доверительных отношений на повышение качества интеллектуального капитала предприятия есть структурное, генетическое и развивающееся единство релевантных элементов, целенаправленное взаимодействие которых способствует совершенствованию знаний и ключевых компетенций сотрудников данного предприятия, одновременно, как индивидов и как системной целостности. Очевидно, что данный механизм включает три основных блока: а) блок инструментов запуска, или уровень и качество мотивации субъекта управления; б) блок инструментов доверительного воздействия на систему

объекта, или на интеллектуальный капитал субъекта; в) блок результативности, или ожидаемых новых объектных форм.

Блок инструментов запуска механизма представляет собой всестороннюю подготовленность субъекта управления к организации деятельности по формированию и развитию корпоративных доверительных отношений. Управленческий капитал субъекта здесь должен включать следующий перечень экономических и междисциплинарных качественных свойств, а также знаний и компетенций: устойчивая мотивация к непрерывному саморазвитию и ясное понимание собственной интеллектуальной экологической ниши; высокий уровень и динамика организационно-экономических, аналитических и социально-коммуникативных компетенций; высокий уровень доверия себе и уверенность в своих креативных, управленческих, творчески-трудовых и иных навыках; глубокие знания в области экономики неявного знания, расширенного воспроизводства объектов интеллектуальной собственности и распределения потоков интеллектуальной ренты; умение количественно исчислять ценность интеллектуальных активов, включая ценность бренда корпоративного доверия; определять и классифицировать различные количественные показатели уровня и качества корпоративных доверительных отношений.

Блок инструментов воздействия на интеллектуальный капитал субъекта представляет собой конкретные методики, с помощью которых субъект управления актуализирует, нацеливает и расширяет пространство, степень и силу влияния «доверительного» фактора на интеллектуальный капитал. Этот блок инструментов воздействия, априори предполагая, что субъект управления полностью готов и способен к осуществлению соответствующих действий, имеет собственную микроструктуру, включающую: конкретное качество интеллектуального капитала, на которое нацелено соответствующее воздействие; формулировку экономического мотива, который должен быть призван к «работе», в соответствии с требованиями формирования конкретного качества интеллектуального капитала; выбор формы доверительных отношений,



в наибольшей степени соответствующей конкретному субъекту воздействия и общему уровню готовности фирмы к решению данной задачи; инвестиционный инструмент, или способ инвестирования, релевантный качеству решаемой задачи и включающий четкий перечень ценностей, предполагаемых к инвестированию.

Блок результативности, то есть ожидаемых новых «объектных форм» есть перечень конкретных свойств и характеристик интеллектуального капитала предприятия, а также его внутрифирменных декомпозиционных форм, способствующих повышению экономической устойчивости фирмы и успешному решению социально-экономических задач на основе воссоздаваемых ключевых компетенций. Резонно выделить два интегральных критерия, характеризующих возросшее качество интеллектуального капитала, на основе развития корпоративных доверительных отношений. Первый критерий – это устойчивая положительная динамика добавленной стоимости и положительной экономической прибыли (на краткосрочных интервалах времени). Второй критерий – это созданный и непрерывно воспроизводимый «бренд корпоративного доверия», являющийся самостоятельным неимущественным интеллектуальным активом, обеспечивающим перманентный высокий доход и минимизирующим корпоративные риски.

#### **Список использованных источников и литературы**

1. Голиченко О. Государственная политика и провалы национальной инновационной системы // Вопросы экономики. 2017. № 2. С. 97-109.
2. Ильин Е.П. Психология творчества, креативности, одаренности. – СПб.: Питер, 2012. 448с.
3. Коулопоулос Т.М. Управление знаниями. – М.: Эксмо, 2008. 224 с.
4. Креативное мышление в бизнесе / Пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. 228 с.

5. Кузина О., Чернышева М. Корпоративная благотворительность и корпоративная филантропия: экономико-социологический анализ // Вопросы экономики. 2016. № 3. С. 115-131.
6. Левин М., Сатаров Г. Коррупция в России: классификация и динамика // Вопросы экономики. 2012. № 10. С. 4-30.
7. Лидерство / Пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. 258 с.
8. Макаров В.Л. Микроэкономика знаний. - М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2007. 204 с.
9. Медушевский А. Российские реформы с позиций теории когнитивной истории // Вопросы экономики. 2016. № 3. С. 131-160.
10. Меняшев Р. Социальный капитал и спрос на регулирование в России // Вопросы экономики. 2014. № 4. 77-99.
11. Мильнер Б.З., Румянцева З.П., Смирнова В.Г., Блинникова А.В. Управление знаниями в корпорациях. – М.: Дело, 2006. 304 с.
12. Нефедкин В. Экономическая власть крупных корпораций и развитие регионов // Вопросы экономики. 2016. № 3. С. 99-115.
13. Никифоров А., Антипина О. Поведенческая макроэкономика: на пути к новому синтезу // Вопросы экономики. 2016. № 12. С. 88-104.
14. Рубинштейн А. «Группы и их интересы»: приглашение к дискуссии // Вопросы экономики. 2006. № 11. С. 79-95.
15. Салихов Б.В., Салихова И.С. Система государственной собственности и качество человеческого капитала // Экономика и предпринимательство. 2014. № 2 (43). С. 45-53.
16. Салихов Б.В., Салихова И.С. Системная парадигма в управлении экономикой корпоративных знаний // Монография / Москва, 2014. 167 с.
17. Салихов Б.В., Салихова И.С., Олигова М.Б. Качество ожидания и доверия как форм проявления неявного знания в современной поведенческой экономике // Вестник Академии права и управления. 2016. № 44. С. 116-123.

18. Салихов Б.В., Салихова И.С., Олигова М.Б. Когнитивная структура экономики и пути повышения качества неявного знания // Вестник Московского университета им. С.Ю. Витте. Серия 1: Экономика и управление. 2017. № 1 (20). С. 9-20.
19. Салихов Б.В., Салихова И.С. Качество знаний и компетенций в зеркале структурных реформ российской экономики // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. 2016. № 10 (343). С. 68-84.
20. Салихов Б.В., Салихова И.С. Анализ социально-экономического качества самообучающихся организаций в когнитивной экономике // Экономический анализ: теория и практика. 2015. № 11 (410). С. 49-63.
21. Саттон Р. Охота за идеями: Как оторваться от конкурентов, нарушая все правила. М.: Альпина Пабlishер, 2013. 335 с.
22. Семенов А.В., Салихов Б.В., Салихова И.С. Инновационные аспекты управления корпоративными знаниями. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2013. 148с.
23. Скоробогатов А. Дары, дарообмен и рыночный обмен на шкале организационных форм // Вопросы экономики. 2011. № 11. С. 38-57.
24. Соболева И. Социальная ответственность бизнеса: глобальный контекст и российские реалии // Вопросы экономики. 2005. № 10. С. 90-103.
25. Сорокин П.А. Система социологии / Питирим Александрович Сорокин; вступ. статья, сост. и комментарии В.В. Сапова. – М.: Астрель, 2008. 1008 с.
26. Салихов Б.В., Нейматова Б.А. Фабрика звезд для предпринимателей. Интеллектуальное предпринимательство в сфере производства корпоративных знаний // Креативная экономика. 2009. № 1
27. Салихова И.С., Огороков И.В. Научно-практические императивы развития методов управления корпоративными знаниями // Транспортное дело России. - 2012. № 6. Выпуск 2

© Каримов А.О.