

# ОЦЕНКА РЕНТАБЕЛЬНОСТИ ИНВЕСТИЦИЙ В ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ РЕСУРС ПРИ ПРОИЗВОДСТВЕ ДИЗАЙНЕРСКОГО ПРОДУКТА

**О. С. Киселевский**

*кандидат технических наук, доцент кафедры дизайна  
Институт современных знаний имени А. М. Широкова, г. Минск*

Под инвестициями понимается размещение капитала с целью получения прибыли. Если инвестиции не приводят к получению прибыли или компенсируются прибылью не в полной мере, такой инвестиционный проект считается убыточным. Мерой успешности инвестиций является их рентабельность, или

окупаемость. В зависимости от объекта инвестирования вложения капитала принято разделять на:

- инвестиции в материальные активы (средства производства);
- инвестиции в нематериальные активы (патенты, лицензии, технологии, ноу-хау);
- инвестиции в человеческий капитал (воспитание, образование, наука, культура);
- инвестиции в рекламу и маркетинговое продвижение товаров и услуг;
- приобретение готового бизнеса.

Во всех без исключения случаях речь идет исключительно о монетарной (денежной) политике вложений и исчисления прибыли. Показателем эффективности или рентабельности инвестиций служит коэффициент возврата вложенных затрат *ROI* (Return on Investment). *ROI* вычисляется по формуле:

$$ROI = \frac{\text{Прибыль} - \text{Затраты}}{\text{Затраты}} \cdot 100\%$$

и включает в себя все финансовые вложения, которые можно считать затратами предприятия. По этой формуле можно рассчитать как рентабельность инвестиций в предприятие целиком за единицу времени, так и рентабельность инвестиций в его отдельные проекты. Оценка рентабельности суммарных инвестиций в предприятие за единицу времени позволяет принимать стратегические решения об увеличении или прекращении инвестирования, однако не дает возможности структурировать деятельность предприятия по его прибыльным и убыточным сферам деятельности. Наибольший интерес для бизнес-анализа представляют структура инвестиций и их рентабельность по отдельным процессам и затратам.

Особую сложность в оценке рентабельности затрат представляет собой производство нематериальных продуктов и услуг, примерами которых может служить производство образовательного [1] и культурного продуктов [2]. В этих сферах менее актуальными являются инвестиции в материальные активы и более значительными – инвестиции в человеческий капитал (в знания, технологии, культуру, эмоциональную вовлеченность работников). Работник творческого труда запросто может творить в условиях недостатка или отсутствия материальных средств, но абсолютно беспомощен без энтузиазма и вдохновения. Работа проектного менеджера в сфере производства художественной, мультимедийной, дизайнерской продукции чрезвычайно осложнена проблемами учета инвестиций в нематериальные ресурсы и оценки эффективности этих инвестиций. В решении этих проблем перспективной является концепция нематериальных форм капитала, предложенная в 1980–1970-х гг. Б. Гендроном [3] и П. Бурдые [4], а также формула удовлетворения потребностей по П. В. Симонову [5].

Согласно концепции нематериальных форм капитала, помимо материальных активов, предприятие располагает нематериальными ресурсами:

- культурными – в виде технологий, знаний, компетенций персонала, корпоративной культуры;
- социальными – в форме репутации, деловых связей;
- эмоциональными – психологическим климатом в коллективе, удовлетворенностью и увлеченностью персонала целями и задачами предприятия.

Потребностно-информационная теория П. В. Симонова позволяет измерить вовлеченность работников в процесс и удовлетворенность его результатами и вознаграждением. Согласно этой теории, эмоциональное состояние человека складывается из удовлетворенности или неудовлетворенности его базовых потребностей, а удовлетворенность каждой из потребностей выражается формулой:

$$\text{Удовлетворённость} = \text{Потребность} (\text{Ресурс}_{\text{в наличии}} - \text{Ресурс}_{\text{требуемый}}).$$

Согласно этой теории, целеполагание и воля к достижению цели работником творческого труда заключается в сопоставлении информации о трудоемкости достижения этой цели с информацией о культурных и эмоциональных ресурсах, которыми работник в данный момент располагает. Удовлетворенность и вовлеченность коррелируют между собой [1]. Отсутствие мотивации, вовлеченности или вдохновения указывает на преобладание кажущейся или действительной трудоемкости над имеющимися ресурсами. В этом случае задачами проектного менеджера являются:

- адекватная возможностям работника оценка трудоемкости задач;
- компенсация вовлеченности работника за счет удовлетворения его потребностей, сопутствующих профессиональной деятельности.

Среди таких мер компенсации можно отметить:

- удовлетворение социальной потребности в общении посредством корпоративных мероприятий и тимбилдинга;
- удовлетворение исследовательской потребности саморазвития за счет организации переподготовки и повышения квалификации;
- удовлетворение социальной территориальной потребности в перемещении за счет командировок;
- удовлетворение витальной пищевой потребности за счет бесплатных обедов и кофе-пауз;
- и т. д.

Перечень мер компенсации удовлетворенности и вовлеченности работников в решение задач можно продолжать. Однако с точки зрения проектного менеджера каждая из этих мер требует материальных инвестиций, а потому нуждается в оценке их рентабельности.

В этом случае оценка *ROI* каждого из вложений требует оценки доли прибыли, принесенной именно этой отдельно взятой инвестицией. Зачастую выделение доли прибыли затруднено, поэтому каждая из отдельно взятых мер должна внедряться последовательно.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Киселевский, О. С. Вовлеченность и удовлетворенность персонала: взаимосвязь и организационное влияние / О. С. Киселевский, Е. В. Косякова // Управление в социальных и экономических системах : материалы XXXI Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 13 мая 2022 г. / Минский инновационный ун-т ; редкол. : Н. В. Суша (предс.) [и др.]. – Минск : Минский инновационный ун-т, 2022. – С. 35-36.

2. Березовская, М. Н. Оценка трудозатрат в разработке культурного продукта / М. Н. Березовская, М. А. Тульженкова, О. С. Киселевский // Новые горизонты – 2021 : сб. материалов VIII Белорусско-Китайского молодежного инновационного форума, Минск, 11–12 ноября 2021 г. / Белорус. нац. технический ун-т. – Минск : БНТУ, 2021. – Т. 2. – С. 115-117.

3. Gendron, B. Why emotional capital matters in education and in labour? Toward an Optimal exploitation of human capital and knowledge management [Электронный ресурс] / B. Gendron // Université Panthéon-Sorbonne. – Режим доступа: <https://idcas.repec.org/p/msc/wpsorb/r04113.html>. – Дата доступа: 31.10.2022.

4. Bourdieu, P. The forms of capital : Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education / P. Bourdieu. – Westport, CT : Greenwood, 1986. – P. 241-258.

5. Симонов, П. В. Избранные труды / П. В. Симонов. – Т. 1. Мозг, эмоции, потребности, поведение. – М. : Наука, 2004. – 746 с.