

**ИССЛЕДОВАНИЕ ЛИЧНОСТНЫХ СТИМУЛОВ
СУБЪЕКТОВ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА
К ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

О. Н. Паламарчук

**Винницкий государственный педагогический университет
им. Михаила Коцюбинского, г. Винница, Украина**

**THE STUDY OF SUBJECTS' OF BUSINESS PERSONAL
INCENTIVES TO PROFESSIONAL ACTIVITY**

O. N. Palamarchuk

**Vinnitsia State Pedagogical University named after Mykhailo Kotsiubynsky,
Vinnitsia, Ukraine**

Summary. The paper presents the key aspects of the business entities from the perspective of socially oriented lifestyle. An analysis of the impact on the motivation and actions of entrepreneurs is proposed. Leading incentive display of responsibility for the consequences of business is defined.

Key words: motivation; modern lifestyle; business entities; innovation activity; eco-oriented consciousness.

Развитие общественного производства в направлении капиталистической системы отношений и возникновение на этом этапе предпринимательства изменили приоритеты человека и общества. Современные измерения развития мирового экономического пространства подтверждают необходимость доминирования эколого-инновационного направления в процессах предпринимательских трансформаций. Возникает потребность в ответственной самоорганизации субъектов предпринимательства в направлении формирования «предпринимательского экологического сознания», направленного на генерирование устойчивого социально-экономического и научно-технического развития. Возникает необходимость изучения субъекта предпринимательства в разрезе его личностных компонентов. Ядром личностных компонентов, характеризующих предпринимательскую деятельность, является мотивация, а точнее, особенности мотивации, проявляющиеся в склонности или побуждении предпринимателя к инновационной деятельности, отличающей его от делового человека или бизнесмена, движимого только высокой прибылью, порой в ущерб инновациям. Представления об особенностях мотивации как ядра личностных стимулов субъектов предпринимательства к профессиональной деятельности послужили методологической основой для разработки и проведения эмпирического исследования.

Цель исследования заключалась в выявлении основных стимулов и мотивов поведения личности предпринимателя, побуждающих к активной предпринимательской деятельности, на примере предпринимателей Винницкой области.

Для достижения цели исследования мы решали следующие задачи:

1) провести теоретический анализ проблемы влияния мотивации на действия и поступки субъектов предпринимательской деятельности в психологической литературе;

2) разработать методику глубинного интервью на базе авторского вопросника-ориентира для изучения особенностей мотивации субъектов предпринимательской деятельности;

3) провести эмпирическое исследование и на основе его результатов сделать сравнительный анализ особенностей мотивации субъектов предпринимательской деятельности с учетом стажа работы и сферы деятельности;

4) определить ведущие мотивы, способствующие активной включенности личности предпринимателя в деятельность, проявлению его инициативы, осознанному принятию на себя ответственности за последствия своей деятельности.

В эмпирическом исследовании личностных стимулов ныне действующих субъектов предпринимательства к профессиональной деятельности приняли участие

96 представителей малого и среднего предпринимательства в возрасте от 20 до 65 лет. Среди них 15% составляют представители материального производства, 25% – нематериального производства, 20% – представители посреднических предприятий и 40% – представители предприятий сферы обслуживания.

Для реализации цели и задач исследования мы использовали метод глубинного интервью, для которого разработали авторский вопросник-ориентир. Этот психологический инструментарий помог собрать информацию о структуре ценностных представлений предпринимателей о себе и об их успешности в сфере предпринимательской деятельности.

Результаты исследования позволяют сделать вывод, что для подавляющего большинства субъектов предпринимательства (91%) их деятельность – это процесс непрерывного поиска изменений в потребностях и спросе конечного потребителя на продукцию и услуги, удовлетворения этих потребностей путем организации производства, сбыта, менеджмента, маркетинга, логистики, ориентированных на инновации и получение в качестве вознаграждения за свою деятельность прибыли. Следовательно, предприниматели в своем понимании предпринимательской деятельности акцент делают не на максимальной прибыли, а на потребителе, на его потребностях, удовлетворение которых благодаря высокому уровню организации предпринимательства и может принести максимальную прибыль. Предпринимательство, по мнению респондентов, это стиль хозяйствования, которому присущи новаторство, постоянная инициативность, ориентация на нововведения в процессах производства, маркетинга, распределения и потребления товаров и услуг. Предпринимательская деятельность не может быть репродуктивной деятельностью, т. е. она не предполагает организацию из года в год одного и того же производства, сбыта, распределения или другой деятельности в рамках апробированных технологий, норм и правил.

Сравнительный анализ данных, полученных в результате последовательных опросов, позволил выявить как общие особенности структуры мотивов предпринимательской деятельности, так и особенности ее динамики за последние годы, а также ее зависимость от возрастных особенностей предпринимателей. Тройку ведущих мотивов выбора предпринимательской деятельности занимают мотивы достижения самостоятельности и независимости собственного дела (32%), возможности реализации своих способностей (21%) и материальной обеспеченности (28%). Мотивы полезности собственной предпринимательской деятельности и достижения авторитета у окружающих представлены в значительно меньшей степени (19%).

Вместе с тем выявлены различия в данных, полученных от предпринимателей разных возрастов. Результаты свидетельствуют о различиях в структуре мотивации предпринимателей, процесс становления которых происходил во времена СССР и в условиях независимости Украины. Наиболее привлекательным мотивом для предпринимателей, имеющих опыт жизни во времена СССР, является мотив материального обеспечения. У молодых предпринимателей ранг данного мотива опустился значительно ниже, а на первом месте находится мотив самореализации. Это связано с тем, что первые шаги становления Украины как независимого государства привели к массовой безработице, к материальной незащищенности значительного количества семей и жизненной необходимости граждан начать заниматься собственной предпринимательской деятельностью. Сегодня же материальное благополучие для таких предпринимателей является важным показателем, демонстрирующим им самим и окружающим людям успешность в деятельности, связанной с возможностями и деловыми качествами. Важно и то, что сегодня в предпринимательской среде деньги являются, прежде всего, средством достижения конкретных целей деятельности – создания предприятия, реализации новых идей и т. п. Кроме того, деньги выступают инструментом, которым предприниматель манипулирует с целью увеличения прибыли. Респонденты утверждают, что в последние годы наблюдается увеличение значимости материального фактора. Такая ситуация объясняется изменениями в отношении общества к уровню благополучия и престижности предпринимательской деятельности. При этом у предпринимателей города более выражены мотивы независимости и самореализации,

а у предпринимателей из регионов более выражен мотив материальной обеспеченности. Возможно, это объясняется тем, что представители регионального предпринимательства оценивают свой уровень материального благополучия ниже, чем предприниматели города.

На основании анализа ответов респондентов можно сделать вывод, что на сегодняшний день отношение общества к предпринимательству изменилось в лучшую сторону. По мнению предпринимателей, значительное количество граждан понимает, что от уровня развития предпринимательства зависит повышение благосостояния общества. Общество хотя и постепенно, но приходит к осознанию давно уже признанного в кругу ученых тезиса о том, что основным двигателем развития и обновления экономической жизни являются инициатива и творчество частного предпринимателя. Поскольку предприниматель находится в обществе и является публичным лицом, то любой его поступок в семье, в офисе, на улице оценивается людьми с позиций нравственности и, в свою очередь, влияет на основную цель предпринимательства – получение прибыли. Поэтому, по мнению реципиентов, предпринимательские поступки должны соотноситься как с национальной культурой общества, так и с предпринимательской. Итак, как утверждают предприниматели, общество рассматривает их как людей, обладающих единой предпринимательской субкультурой. Предпринимательская субкультура оказывается в рамках писаных или неписаных правил поведения, спонтанно возникающих в ходе эволюции предпринимательского социума и группирующихся в определенные культурные традиции, поступки, ритуалы, обычаи или «кодексы поведения».

Анализ ответов респондентов позволяет утверждать, что субъекты предпринимательской деятельности проявляют значительную независимость в своих поступках и действиях, стремятся руководствоваться в жизни и профессиональной деятельности собственными целями, убеждениями, установками и принципами, не отвергая при этом взгляды общества в целом и потребителей в частности. По мнению испытуемых предпринимателей, они с одной стороны являются свободными в выборе, мало подвержены внешнему влиянию и смело принимают на себя ответственность за свои решения и действия в ситуациях риска, а с другой стороны, им присуща существенная зависимость от состояния развития общества и экономики государства. В ситуациях, требующих гибкости, они способны подстраиваться под тональность потребителей, внимательно прислушиваться к их замечаниям, предлагать решения по исправлению положения.

Результаты глубинного интервью показали, что у 81 % предпринимателей выражена высокая степень гибкости во взаимодействии с потребителями, общении с поставщиками, партнерами и наемными работниками, а также способность быстро и адекватно реагировать на изменяющуюся ситуацию.

По мнению 72 % реципиентов, одним из стимулов развития предпринимательской деятельности нередко оказываются ситуативные обстоятельства, затрагивающие судьбы отдельных людей, побуждая их решать свои жизненные проблемы вступлением на путь предпринимательства. Однако 28 % предпринимателей придерживается мнения, что научиться предпринимательству невозможно. Для этого вида деятельности требуется особый вид человеческого таланта. Респонденты убеждены, что для начинания какого-либо предпринимательского дела знаний, полученных в процессе обычного обучения, оказывается практически недостаточно. Особое значение предприниматели придают способности, которую они называют экономическим чутьем. Предпринимательское чутье и организованная интуиция помогают субъектам предпринимательской деятельности находить новые экономические возможности, принимать быстрые решения и смело действовать.

Анализ ответов респондентов в мотивационной структуре предпринимателя позволяет выделить: во-первых, стремление к независимости (34 %); во-вторых, острое желание выделиться, проявить себя, удовлетворить здоровое самолюбие (28 %); в-третьих, удовлетворение личных потребностей в лидерстве (22 %); в-четвертых, желание принести пользу обществу (16 %). Однако чтобы обеспечить реальность воплощения в жизнь любого из перечисленных мотивов, все реципиенты (100 %) видят необходимым соответствующий доход. Поэтому достижение

прибыли, по мнению предпринимателей, является необходимым условием их профессиональной жизни и символом их успеха.

Субъекты предпринимательской деятельности широко оценивают как свой инновационный потенциал, так и инновационный потенциал своих подчиненных. Например, один из владельцев материального производства, который вовлечен преимущественно во все производственные процессы своего предприятия, постоянно акцентировал в сознании своих работников необходимость инновационного мышления: «Если Вы на рабочем месте, то Вы обязаны ежедневно работать на принципиально новом уровне. Нам не нужны работники, которые не могут предложить что-то новое, оригинальное, нестандартное. Нам не нужны работники, которые придя на работу, ждут указаний и распоряжений других. Нам нужны творческие люди, которые на собственном рабочем месте ежедневно знают, чем их заняться и что им сделать для повышения эффективности работы предприятия». Такую позицию вынуждено принимать подавляющее большинство работников. Те, кто не придерживались данного правила, через незначительные промежутки времени были уволены с работы.

Опыт успеха или неудач создает существенное влияние на формирование будущих перспектив в сфере предпринимательской деятельности. По мнению респондентов, если они берутся за решение новых и сложных, но в то же время посильных задач и преуспевают, то чувствуют себя компетентными и перспективными в сфере предпринимательства. Добившись успеха, например, на основе внедрения инновации, предприниматель убеждается в том, что он на правильном пути в своем стремлении осваивать это направление. Это стимулирует его работать упорнее и добиваться еще большего успеха. Основными социально-психологическими факторами успешности предпринимательской деятельности реципиенты видят: возможность самостоятельно решать свои проблемы, высокую оценку своей конкурентоспособности и высокую надежность партнеров. Ведущими факторами деловой активности, по мнению субъектов предпринимательской деятельности, являются: оценка уровня своей конкурентоспособности, степень надежности партнеров, изменение уровня жизни семьи, оценка достижения целей своей предпринимательской деятельности, отношение к конкуренции, ожидаемые перемены жизненного уровня семьи, отношение к риску и оценка собственных возможностей в развитии успешности собственной предпринимательской деятельности. В целом необходимо отметить, что уровень деловой активности предпринимателей и ее успешность респонденты связывают как с оценкой внешних условий предпринимательской деятельности, так и с оценкой собственных возможностей и себя как субъекта предпринимательской деятельности. При этом более успешные предприниматели склонны более высоко оценивать зависимость развития своего предприятия от собственных усилий, а менее успешные – от влияния внешних условий.

Исследуемые предприниматели отмечают, что если работать по максимуму, делать всё, что в твоих силах, и добиваться поставленных целей, то чувствуешь себя уверенным и способным «поднимать планку» еще выше. Следовательно, достижения поддерживают определенный путь экономической направленности, а направленность, в свою очередь, стимулирует личность предпринимателя на новые достижения.

Принятие предпринимателем самого себя проявляется через его способность не идеализировать себя, независимо от оценки своих достоинств и недостатков. Интересен тот факт, что предприниматели обращают внимание, как на «сильные», так и на «слабые» стороны своей личности. Они считают их одинаково важными и пытаются адекватно ими пользоваться, то есть в соответствии с конкретной ситуацией, что способствует их успешности в сфере предпринимательской деятельности. В интервью 83% респондентов указали на то, что они стремятся из каждой неприятной ситуации или неудачи извлекать полезные для себя и своего предпринимательства выводы, для них характерно отношение к неудачам не как к катастрофам, а как к шансам на получение новых возможностей. Анализ полученных результатов также показал, что для достижения своих целей в предпринимательской деятельности субъекты предпринимательства опираются

не только на внутренние личностные возможности, такие как целеустремленность, интуиция, независимость, ответственность, но и на внешние средства – такие, как связи и удачное стечение обстоятельств.

Результаты опроса позволяют утверждать, что предприниматели положительно оценивают свой профессиональный и личностный потенциал. Как основную особенность, которая обеспечивает их успешность в предпринимательстве, они выделяют умение гармонично преодолевать противоречия между внешними условиями жесткой конкуренции в предпринимательстве и необходимой гибкостью в своем поведении, общении и деятельности.

Предпринимателю, по мнению реципиентов, для достижения успеха в его деятельности необходимы решительность в реализации своих смелых планов в условиях жесткой конкуренции и высокой скорости изменений и в то же самое время гибкость его поведения, которая помогает менять стратегии для достижения поставленных целей. Гибкость мышления и поведения проявляется у предпринимателей в их способности подчинять и подчиняться ради достижения цели. Полифоничность реальной жизни, в том числе и деловой, проникает в предпринимателя и перестраивает его внутренний мир. Неслучайно предприниматели утверждают, что они первыми отвечают на вызов изменений, переосмысливая себя и свои достижения в предпринимательской деятельности в соответствии с требованиями и реалиями современной жизни.

Стоит также отметить, что на вопрос о связи между предприятием и потребителем значительная часть респондентов дала утвердительный ответ относительно ее наличия. Это объясняется тем, что особенностью предпринимательской деятельности является постоянный поиск новых идей и умение чувствовать то, как тебя оценивают потребители, и поступать так, чтобы оказывать влияние на них своим поведением и деятельностью. Реципиенты убеждены, что источником предпринимательских идей выступают именно интересы потребителей. Именно потребитель является исходным пунктом формирования идеи изготовления нового продукта или предоставления новой услуги. По мнению предпринимателей, выяснение потребностей потребителей приводит к инициированию идей предпринимательской деятельности. К тому же сам механизм управления инновационным процессом отражает необходимость постоянного учета мнения потребителей, начиная с предпроектной стадии и заканчивая послепродажным обслуживанием. Обратная связь с потребителями, по мнению 82 % респондентов, является неисчерпаемым источником свежих идей, советов и подсказок для их предпринимательской деятельности. Такая связь дает возможность субъектам предпринимательской деятельности получать актуальную информацию о возможных проблемах и неурядицах в предпринимательстве. Как отметил один из предпринимателей, «видя рынок глазами потребителя, мы вкладываем ресурсы в то, что является актуальным, и откладываем на перспективу идеи, для которых еще не пришло время. У нас задействованы все способы общения с клиентами – от электронной почты до внутренних информационных систем и живого общения». Принцип обратной связи, по мнению предпринимателей, требует осознать себя в качестве своеобразного «зеркального Я». В такой ситуации переплетаются «Я актуальное» («что я сделал, и как это отразилось на других, в частности потребителях») и «Я зеркальное» («как оценивают мои действия потребители»). Если в «Я актуальном» выражается взгляд предпринимателя на потребителей, то в «Я зеркальном» – взгляд на предпринимателя (себя) со стороны потребителей.

Итак, в поиске новых идей субъекты предпринимательской деятельности всё больше внимания уделяют мнению потребителей, поскольку конечной целью производства любого нового товара или услуги, по мнению реципиентов, является именно удовлетворение спроса потребителей. При этом 60 % предпринимателей пытаются просто отслеживать все интересные мысли, высказываемые друзьями, родственниками, коллегами в неформальной обстановке, 40 % – организуют специальные каналы обратной связи с потребителями.

На основе результатов глубинного интервью можно сделать вывод, что при сравнении современной и будущей модели собственной предпринимательской деятельности реципиенты делают акцент на собственных предпринимательских

качествах, которые условно можно сгруппировать в три блока: интеллектуальный блок (компетентность, развитие воображения, реальная фантазия, развитие интуиции, перспективное мышление), коммуникативный блок (координация усилий сотрудников, способность и готовность к терпению в общении с другими людьми и в то же время возможность идти против течения) и мотивационно-волевой блок (склонность к риску, ответственность, стремление бороться и побеждать, необходимость в самореализации и общественном признании). Особый акцент предприниматели (71%) делают на собственном здоровье и неиссякаемой энергии и оптимизме. Однако такой перечень характеристик они относят к портрету идеального предпринимателя, а не к собственному, типичному. Важной составляющей будущей модели собственной предпринимательской деятельности респонденты (51%) считают открытие собственного пути и способность открывать всё новые и новые ходы, которые будут полезными как для предпринимателя, так и для общества в целом. Итак, в будущей модели социальная составляющая должна выступать и как цель, и как главный фактор экономических преобразований. Принципиально важной частью этой модели, по мнению респондентов, является сбалансирование принципов, факторов, отношений и механизмов реализации социальных и экономических приоритетов. При этом необходимо принципы рыночной свободы согласовать с принципами социальной справедливости, обеспечить баланс рыночной эффективности и социальной гармонии. Основным акцент субъекты предпринимательской деятельности делают на эффективном соединении свободного предпринимательства и государственного регулирования, развития социального партнерства.

Результаты исследования показали, что основной причиной, которая может негативно повлиять на предпринимательскую деятельность, реципиенты (83%) называют противодействие и препятствия в работе со стороны государственных структур. Эти данные демонстрируют тот факт, что именно государственные органы воспринимаются предпринимателями как основной источник риска предпринимательской деятельности. Степень доверия и оценки партнеров внутри предпринимательской среды оценивается опрашиваемыми значительно выше, чем в их отношениях с представителями государственных органов власти, которые не воспринимаются предпринимателями как партнеры. Предприниматели предпочитают отношения со знакомыми и рекомендованными людьми. Партнерские отношения с близкими людьми (друзьями или родственниками) воспринимаются ими как нежелательные. При этом оценка предпринимательской надежности своих партнеров за последние годы поднялась. Чем выше предприниматель оценивает собственные возможности в развитии своего предпринимательства, тем позитивнее его представления о взаимоотношениях с партнерами. Порядочность, честность партнера – необходимое качество, при наличии которого на втором месте находятся профессионализм, компетентность, организованность.

Необходимо подчеркнуть, что на вопрос, нужно ли предпринимателю научиться прислушиваться к своему будущему, к будущему своих детей и внуков, реципиенты дали утвердительный ответ. По мнению респондентов, хотя предприниматель является исторической фигурой, то есть он отражает период времени, в котором функционирует, однако учет будущего – это один из первых аспектов предпринимательской деятельности. Субъекты предпринимательской деятельности утверждают, что, с одной стороны, ресурсы и люди нужны для того, чтобы воплотить предпринимательскую модель будущего в жизнь, а с другой стороны, от того, насколько успешно предприниматель справляется со своими ежедневными обязанностями, и будет зависеть судьба будущих поколений. Особый акцент в учете будущего субъекты предпринимательства делают на продолжении предпринимательского дела собственными детьми. Опрашиваемые обеспокоены такими особенностями молодого поколения, как: желание не работать, но зарабатывать; необоснованная амбициозность молодых людей, желающих получать высокую заработную плату за сам факт наличия у них высшего образования, не имея при этом ни трудового опыта, ни мотивации к труду, отсутствие профессионально-трудовой этики: ответственности, пунктуальности, понимания важности командного духа и т. п. Респонденты утверждают, что реалии предпринимательской деятельности,

предусматривающие повышенную ответственность за свои действия и постоянную кропотливую работу, противоречат желаниям и амбициям основной части современной молодежи.

Особую связь с будущим субъекты предпринимательства видят в определении влияния своей деятельности на жизнь будущих поколений. 44 % предпринимателей подчеркивают важность учета экологических последствий при управлении производством и разработке новой продукции. По мнению одного из реципиентов, «близорукость предпринимателей, действующих исключительно в своих собственных интересах, подрывает интересы всей страны и всего народа». Опрашиваемые утверждают, что общая тенденция развития предпринимательства заключается в том, что экология становится одним из факторов, который определяет структуру потребительских рынков. Тема экологического качества продукции перестает быть предметом обсуждения маргиналов и сторонников определенного образа жизни, она ложится в основу рыночного капитализма.

Таким образом, результаты проведенного эмпирического исследования дают основание утверждать, что предпринимательство – это творческая экономическая «профессия», которая требует своеобразного образа жизни и имеет свою специфическую философию. Успешность личности в предпринимательстве обеспечивается гармоничностью преодоления определенных внутренних противоречий между организованной интуицией, готовностью к риску, независимостью и ответственностью; нестандартными волевыми действиями и гибкостью поведения и общения. По мнению успешных предпринимателей, они умеют превращать личностный потенциал в финансовые успехи. Мотивация предпринимательской деятельности как мотивация особого вида труда (разработка и реализация инноваций) представлена комплексом внутренних побуждений и может быть отражена с помощью институциональной модели, где в спонтанно сформированных мотивах выделяется доминирующий или преобладающий мотив. Однако структуру мотивации не следует рассматривать как постоянную. Это означает, что при объяснении поведения предпринимателей следует принимать во внимание не только тот факт, что они стремятся следовать своим внутренним побуждениям, удовлетворению своих эгоистических интересов, но и то, что их комбинация меняется и постоянно подвергается изменениям под воздействием внешних факторов. Эти изменения следует рассматривать не как нечто произвольное по отношению к социальной структуре, а в зависимости от критериев, на которых основано признание в обществе, от того, что считается общепринятым символом престижа и статуса, добра и зла. Всё это влияет на мотивацию предпринимательской деятельности.

Библиографический список

1. Алабугин А. А. Формирование адаптационного механизма кокурентоспособного предприятия // Евразийский международный научно-аналитический журнал «Проблемы современной экономики». – 2004. – № 2. – С. 106–108.
2. Дементий Л. И. Типология ответственности // Гуманистические проблемы психологической теории. – М. : Московский ун-т, 1995. – С. 1–9
3. Мудзыбаев К. Психология ответственности. – Л. : Наука, 1983. – 240 с.
4. Плахотный А. Ф. Проблема социальной ответственности. – Харьков : Высшая школа, Изд-во Харьк. ун-та, 1981. – 192 с.
5. Херцберг Ф., Майнер М. Побуждение к труду и производственная мотивация: социологические исследования. – 1990. – № 1. – С. 122–131.

© Паламарчук О. Н.