

## МОТИВЫ И СТИМУЛЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (МАТЕРИАЛЫ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ)

В современной рыночной экономике (в том числе и в отношениях свободной купли-продажи) встречаются и действуют различные люди со своими мотивами, целями, задачами и с определенными типичными поступками и характерными чертами поведения. Среди них наиболее активной фигурой является предприниматель.

Имеет ли специфику предприниматель, действующий в капиталистическом обществе? Ответ австрийского экономиста И.Шумпетера на этот вопрос положителен: да, имеет, и очень значительную. Только в этом обществе предприниматель "существует как специфическое социальное явление" (1; с. 170). И ему экономическая система обязана своим прогрессом, осуществлением новой нетрадиционной комбинации факторов производства. Каковы же мотивы частнопредпринимательского поведения? Типы предпринимательской мотивации изучены и описаны классиками экономической теории И.Шумпетером, В.Зомбертом, М.Вебером и др.

Выделяют четыре основных мотивационных типа. Первый, условно называемый "традиционным", направлен на желание применять уже имеющийся профессиональный опыт и способности, работать в коллективе с хорошо устоявшимися связями, то есть сохранять стабильность уже достигнутого. Второй, "аффективный", отражает стремление следовать своим эмоциям и чувствам - интуиции или психологическим особенностям своего характера. В одних случаях это будет "иметь уверенность в завтрашнем дне", в другом - прямо противоположное - испытать риск. Это могут быть также приятные ощущения от чувства свободы и независимости, но всегда - это стремление к определенным эмоциональным состояниям. Третий тип мотивации - "ценностный" связан с влечением не к инструментальным благам, а к чему-то самоценному: исполнению долга перед собой, близким, обществом. Четвертый тип - "инновационный". Он отражает желание профессионально проверить себя в чем-то (профессиональная инновация), и даже удовлетворять все новые и новые запросы ("инновация" в сфере потребления).

Вышеописанные мотивы отражают различные потребности, кратко определяемые как потребности в "выживании" (первый тип), получение эмоционального удовлетворения (второй тип), самоутверждение (третий тип) и собственно в труде (четвертый тип). Реальность же представляет нам множество разнообразных сочетаний предпринимательских мотивов, создавая различные предпринимательские образы.

Современные исследователи предпринимательства в разных странах прибегают к основным положениям социальной философии и экономической теории Ф.Фон Хайека, являющиеся теоретико-методологической базой исследований проблем предпринимательства. Рынок, по Хайеку, способствует высокой степени ожидания с реальностью не у всех индивидуумов, а лишь у тех, кто выдержит конкуренцию. Заранее не известно, кто победит, но то, что победит сильнейший, рынок гарантирует. А это означает, что общество в целом окажется в выигрыше, так как любой продукт будет изготавливаться людьми, умеющими это делать с меньшими или, по крайней мере, не с большими издержками, чем тот, кто данного продукта не производит. Поэтому цена любого товара будет ниже той, по которой он мог бы продаваться, если бы его производили не те, кто фактически занят этим сейчас. Движущей силой процесса поиска нового является предприниматель, который стремится обнаружить возможности получения дохода, не замеченные другими. При этом, как считает Хайек, предпринимательство и предприниматель характеризуются не родом занятий, а поведением хозяйственного субъекта (2; с. 60).

Все последующие исследования проблемы предпринимательства связаны с Дэвидом Макклелландом, Питером Друкером, Альбертом Шапиро и др., идеи которых перекликаются с научными изысканиями И.Шумпетера и Ф.Фон Хайека. Исследователи

XX века особое внимание уделяют личности и социальным характеристикам предпринимателя. Во всех определениях предпринимателя и предпринимательства они включают в себя, во-первых, элементы инициативы, во-вторых, организацию или реорганизацию социально-экономических механизмов, с тем, чтобы с наибольшей выгодой использовать имеющиеся ресурсы и конкретную ситуацию, в-третьих, взятие на себя ответственности за возможную неудачу, т.е. готовность рисковать.

Следовательно, предпринимательство - это деятельность, являющаяся базой возникновения соответствующего социального слоя. Главные признаки этой деятельности делятся на необходимые (базовые) и возможные (вторичные). К необходимым свойствам следует отнести - организационно-хозяйственное новаторство и экономическую свободу хозяйствующего субъекта. Что касается других признаков - владение ресурсами, принятие решений, несение риска, лидерство и т.д., то они выступают либо производными от базовых, либо дополняющими их суть. О творческом, новаторском характере предпринимателя говорят практически все исследователи. Предприимчивость - одна из способностей человека, проявляющаяся в различных видах его деятельности. Таким образом, предприниматель - это революционер в экономике, типичный выскочка, лишенный верности традициям, его отличают духовная раскрепощенность, большой запас энергии и сил, способность увлекать за собой людей; часто недостаток информации и времени на ее обработку заменяется особым чутьем или интуицией, позволяющими быстро принимать решения.

Эксперты биржи идей по маркетингу в США выявили три главных источника мотивации предпринимателя: 1) желание получить больший контроль за своим собственным будущим; 2) надежда в гораздо большей мере объединить в одно целое работу и личную жизнь; 3) желание распространить свой собственный стиль и образ жизни на сферу деловой активности (3; с. 144).

Предприимчивый человек - это интегратор, посредник, ему принадлежит связующая роль в отношениях между людьми. Экономическое поведение рассчитано на особый мир - мир рынка и товарно-денежных отношений, товарно-денежной связи.

Повышенные социальные ожидания связаны с деятельностью предпринимателя в любой сфере народного хозяйства, в том числе и в сельском хозяйстве. Характер их деятельности предполагает наличие у субъекта этой деятельности развитых мотивационных начал. Предпринимательские интересы представляются наиболее "сильными" типами мотивации. Предпринимательская мотивация есть нечто более широкое, чем мотивация к труду в обычном понимании. Это внутренние побудительные силы, отражающие потребности человека принимать определенные хозяйственные, управленческие, инновационные решения, не обязательно связанные с личным участием в процессе труда. Более того, наиболее мотивирующей силой отличаются чаще всего потребности, реализуемые вне сферы труда.

Социологическое исследование, проведенное автором статьи среди сельских предпринимателей Кыргызстана в 2009 г., выделяет следующие мотивы и стимулы к предпринимательской деятельности (таблица №1).

*Мотивы предпринимательской деятельности*

Таблица 1

№ n/n	Градации	Кол -во	% от 400
1.	Чтобы открыть собственное дело, стать хозяином	166	41,5
2.	Чтобы получать высокий доход	96	24,0
3.	Чтобы реализовать свои организаторские, профес. качества	22	5,5
4.	Чтобы проверить свои силы, способность заняться интересным делом	38	3,5
5.	Чтобы освободиться от командно-административных методов работы	30	7,5
6.	Чтобы обеспечить будущее свое и своих детей	131	32,8
7.	Чтобы создать себе высокую деловую репутацию	19	4,8
8.	Чтобы быть свободным независимым в жизни, труде	81	20,3
9.	Чтобы получить общественное признание и уважение своего труда	27	6,8
10.	Чтобы привить детям любовь к труду, природе	28	7,0

11.	Чтобы получить удовольствие от своей работы	46	11,5
12.	Чтобы решать важные для общества проблемы	15	3,8
13.	Другое	7	1,8

Опрос сельских предпринимателей в Кыргызстане выявил 3 основных мотива: "инновационный" - открыть собственное дело, стать хозяином;" ценностный"- исполнение долга перед собой, семьей, детьми; получение высокого дохода (в данном вопросе респонденты отметили три наиболее важных мотива) (см. табл.1).

Мотив открыть собственное дело, стать хозяином составил 41.5% (166 респондентов) среди опрошенных фермеров. Из них мужчин - 80%, женщин - 20%, выделенных в данный мотив. Возраст, в основном, от 30 до 39 лет - 28%, от 40 до 49 лет - 43%. По образованию: высшее - 30%, незаконченное высшее 11%, средне-специальное - 29.5%, среднее общее - 28%. По национальности: кыргызы - 66.2%, русские - 19.2%, другой национальности - 14.6%. Социальное происхождение: работники совхозов (28.3%), работники колхозов (19.2%), служащие с образованием и без образования в сельской местности (25.4%), работники партийных и советских органов (7.2%). Личностные качества, ценимые фермерами данного мотива- независимость и самостоятельность (45.1%), готовность идти на риск (43,3%). Для 69.2% характер работы является интересным, требующим природного таланта, организаторских способностей и творческого поиска.

Это один из классических мотивов типичного предпринимателя. Став хозяином, он принимает на себя почти весь риск ведения хозяйства, наделен практически неограниченными правами. Он самостоятельно выбирает направление деятельности своего хозяйства, решая вопрос о внутривозрастной специализации, исходя из имеющихся ресурсов и наемной рабочей силы. Он составляет текущие и перспективные планы по объему той или иной продукции. При решении этих вопросов всегда есть риск ошибиться, понести убытки. С другой стороны, именно в таких сложных обстоятельствах формируется энергичный, предприимчивый работник, настоящий хозяин производства.

Предприниматель этого типа, с одной стороны, просто человек, много работающий в тяжелых условиях. С другой стороны, он не только тянет лямку, а работает ради самореализации, ради переустройства мира, пусть на уровне своего небольшого предприятия. Именно это позволяет ему уважать себя и окружающих.

Второй тип мотивации - обеспечить будущее свое и своих детей составил 33% (131 человек) среди опрошенных фермеров. Из них мужчин - 71.8%, женщин - 28.2%, выделенных в данный мотив. Возраст от 20 до 29 лет -14%, 30-39 лет - 36%, 40 - 49 лет - 34.3%, 50-59 лет - 11.4%. По образованию: средне - специальное -42%, незаконченное высшее - 9% , высшее - 26%, среднее общее -19%. Социальное происхождение в основном из служащих со средним и высшим образованием - 30%, работников совхозов - 29%, работников колхозов - 22%. Для работы в фермерском хозяйстве 41.2% считают, что им необходимо иметь специальную подготовку в сфере сельскохозяйственного производства, а также упорство и настойчивость.

Работники бывших колхозов, совхозов - служащие сельского хозяйства, оказавшись предпринимателями не могут автоматически изменить себя, свое мышление, менталитет. Следовательно, предприниматели данного мотива свою нынешнюю деятельность начали потому, что "жить - то надо", а зарплата перестала покрывать даже минимальные потребности. Иначе они ни за что не променяли бы свою прежнюю жизнь на фермерство. В целом это – квази-предприниматель, т.е. "предприниматель поневоле", лишь имитирующий под влиянием жизненных обстоятельств, предпринимательскую деятельность.

Третий тип мотивации - получение высокого дохода - составил - 24% всех опрошенных (96 человек). Из них мужчин - 76%, женщин - 24%. Возраст в основном приходится на 30-39 лет - 30%, 40 - 49 лет - 35.4%. По образованию в основном доминирует средне-специальное - 32%, высшее - 31.2%, незаконченное высшее - 12.5%, среднее общее - 29%. Социальное происхождение из работников совхоза - 25%, работников колхоза - 22.2%, служащих в сельской местности - 25% и др. Характер работы для 67% является интересным, требующим творчества и таланта. Для 33% фермеров

данной мотивации жизненный уровень существенно повысился, а для 27% -повысился значительно.

Для предпринимателя данной мотивации главное - деньги как мера богатства, процветания, а, следовательно, иметь доступ к различным материальным благам, поддерживать существующий уровень жизни.

В портрете фермера, составленном из предпринимательских мотивов, отчетливо видны черты бывшего советского крестьянина, но в то же время обнаруживаются и тенденции изменения этих черт. Фермер еще во многом - «человек коллективный», но уже не ощущает себя элементом жесткой иерархической социальной структуры. Он еще не видит себя создателем своего социального статуса, но уже уверен, что результаты его работы зависят только от него и идентифицирует себя со своим делом. Он нацелен на успех, развитие, он активно действует. Следовательно, можно с уверенностью констатировать, что в ближайшем будущем результаты его деятельности проявятся и окажут большое воздействие не только на него, но и на общество в целом.

#### **Литература:**

1. Шумпетер И. Теория экономического развития. - М.: Прогресс, 1982. - С. 170.
2. Хайек Ф. Конкуренция как процедура открытия //Мировая экономика и международные отношения. -1989. - № 12. - С. 48-60.
3. Иванов М. Как добиться успеха - М.: Политиздат, 1991. - С. 144.