
МОТИВЫ И СТИМУЛЫ В СИСТЕМЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Акимова Ольга Евгеньевна,

кандидат экономических наук, доцент кафедры мировой экономики и экономической теории Волгоградского государственного технического университета; olafishka@mail.ru

Поведение предпринимателя определяется потребностью, которая доминирует в данный момент времени. При осознании потребностей возникает интерес к условиям и способам их удовлетворения, который может повлиять на поведение людей, стать внутренними и внешними причинами деятельности в случае реальной возможности их осуществления: мотивами и стимулами как побудительными моментами, управляющими поступками людей, вызванными к жизни совпадением внутренних и внешних обстоятельств. Принципиальное отличие мотива от стимула состоит и в том, что мотив относится исключительно к человеку – субъекту действия, а стимул является продуктом высшей деятельности не одного, а двух человек – предпринимателя и общества (в лице государства, представителей бизнес-среды и населения).

Ключевые слова: мотивы, стимулы, предпринимательская деятельность, предприниматели, мотиваторы, стимулирование.

Богатство любого государства и общества в современных условиях развития экономики измеряется не количеством потенциальных ресурсов хозяйствования, а их качественным преобразованием в непосредственно действующие факторы конкретных и эффективных производств и продукты на конкурентоспособных предприятиях и фирмах, которое зависит от трудовой деятельности различных субъектов экономической системы, поскольку именно в труде реализуются их талант, способности и умения, накопленные знания и опыт. Чем сложнее экономическая система, тем сложнее и многограннее ее социально-экономическая структура, многообразнее формы, мотивы и результаты хозяйственной деятельности людей. Современный век информатизации и передовых технологий обуславливает возникновение новых мировых ценностей и «новых» людей, способствующих созданию определенной атмосферы трудовой активности, повышению уровня благосостояния нации, организованному и

непрерывному приложению сил для развития деловой активности в рамках глобальной экономики.

На определенном этапе развития общества, когда преобладал преимущественно ручной труд, все деятельные функции людей осуществлялись либо посредством свободного труда (труд работника, владеющего средствами производства) либо посредством наемного – подневольного труда. С позиции концепции марксизма-ленинизма функции предпринимателей сводились лишь к «эксплуатации трудящихся» и трактовались сугубо негативно.

Наемный труд не означает труд несвободный. С появлением интеллектуального капитала, появился наемный работник-собственник, которого можно рассматривать уже не просто как наемного работника в его традиционном понимании, а как партнера по бизнесу, защищенного собственностью, имеющего альтернативные источники дохода, но, работающего по найму на основе свободного выбора вида деятельности. В то же время, предпринимательская деятельность как труд на себя – труд, свободный от эксплуатации (предприниматель является собственником средств производства), может быть, и зачастую является, подневольным, поскольку зависим от внешней среды, например, от рыночной конъюнктуры или от государства.

Таким образом, работу по найму можно рассматривать не только как «труд» и «профессию», но и как бизнес, а предпринимательство – не только как бизнес, но и как «труд» и «профессию».

Использование терминов «предпринимательство», «предприниматель» восходит к временам Римской империи, их содержание в течение столетий менялось, однако, всегда связывалось со свободой выбора, финансовой ответственностью, риском и предпринимательским доходом.

В своей деятельности предприниматели руководствуются разными мотивами и различным образом оценивают получаемые выгоды. Как велико разнообразие предприятий, так велико и разнообразие мотивов предпринимательской деятельности. Мотивы создания мелких предприятий обычно однообразны и просты: они включают минимальный состав предпринимательской психологии. Мотивы же создания крупных предприятий значительно сложнее и часто бывают непонятны для окружающих.

Стремление к извлечению прибыли из новой хозяйственной комбинации – это минимальный состав предпринимательской психологии. Максимальное ее выражение – это неуемная жажда развивать, расширять область деятельности, приумножать богатства, устранять конкурентов и т.д. [7, с. 461]. Таким образом, поведение предпринимателя, как и любого другого человека, определяется потребностью, которая доминирует в данный момент времени. При осознании потребностей возникает интерес к условиям и способам их удовлетворения, который может повлиять на поведение людей, стать внутренними и внешними причинами деятельности

в случае реальной возможности их осуществления: мотивами и стимулами как побудительными моментами, управляющими поступками людей, вызванными к жизни совпадением внутренних и внешних обстоятельств.

Мотивы представляют собой диалектическое единство потребностей и стимулов. Без потребности нет мотива, но и без стимула мотив также не возникает из-за отсутствия условий реализации самой потребности. Принципиальное отличие мотива от стимула состоит и в том, что мотив относится исключительно к человеку – субъекту действия, а стимул является продуктом высшей деятельности не одного, а двух человек – работодателя и работника или предпринимателя и общества (в лице государства, представителей бизнес-среды и населения).

Предпринимательская деятельность начинается с мечты. Обычно будущий предприниматель, недовольный имеющейся у него работой, находит возможность собрать воедино ресурсы, необходимые для собственной деятельности, и открывает новое дело. Статистика утверждает, что высокие шансы начать самостоятельный бизнес имеют дети иммигрантов, а также те, кто хотя бы некоторое время воспитывался без отца. И все же следует признать, что образ предпринимателя как человека, начинающего с нуля, несколько романтизирован. Опрос директоров наиболее быстро развивающихся малых фирм США показал, что они являются трудолюбивыми практичными людьми, прекрасно разбирающимися в специфике рынка и отрасли [2, с. 220].

Потребности обуславливают возникновение различных типов мотивов, которым соответствует тот или иной вид мотиватора как внутренней побудительной причины, заставляющей предпринимателя вести себя определенным образом.

«Тип – это образец, разновидность, форма, которым соответствует известная группа предметов, явлений...разряд, категория людей, объединенных какими-либо характерными чертами (социальными, профессиональными, нравственными), а также яркий представитель какой-либо такой группы...» [4]. Как можно заметить, речь идет о категории людей, предметов, явлений, объединенных общими чертами, то есть подчеркивается сходство предмета с другими в рамках родственной группы.

«Вид – разновидность, тип...общее понятие, входящее в состав другого более общего, родового понятия» [3]. В данном случае, наоборот, подчеркивается именно отличие предмета от остальной родственной группы.

Экстраполируем полученные выводы на теорию мотивации предпринимательской деятельности. Тип – это группа мотивов, объединенная общими характерными признаками. В зависимости от различных критериев можно выделить следующие типы мотивов предпринимательской деятельности.

1. В зависимости от объекта направленности интересов и целей предпринимательской деятельности мотивы подразделяются на:

– материальные – основными мотиваторами предпринимательской деятельности являются доход, капитал, собственность, необходимость их сохранения и приумножения;

– нематериальные – мотиваторами выступают моральные и этические потребности.

2. Степень подсознательной осознанности побудителей:

– осознанные мотивы – мотивы, которые предприниматель способен понять, и определить, тем самым, что им движет;

– неосознанные мотивы – подсознательные мотивы предпринимателя, которые управляют его поведением и деятельностью.

3. Субъектная ориентация интересов и целей предпринимательской деятельности:

– личные мотивы – мотивы, которые побуждают предпринимателя работать на себя, во имя удовлетворения собственных нужд, потребностей и желаний;

– общественные (внеэкономические) мотивы, побуждающие предпринимателя работать на благо и во имя интересов общества, быть социально ответственным.

Вид – это разновидность мотивов, которому присуще индивидуальные, неповторимые черты. Основные типы и виды мотивов предпринимательской деятельности представлены на рис. 1.

В соответствии с результатами одного из исследований владельцев малых предприятий можно разделить на пять групп. Часть из них относится к группе идеалистов, которым нравится сама идея работы над чем-то новым, творческим, значимым для самого себя. Оптимизаторы получают личное удовлетворение от владения предприятием. Расчетливых привлекает возможность самостоятельно распределять время между работой и личной жизнью. Такие предприниматели обычно не стремятся к «чрезмерному» развитию своих фирм, в то время как трудолюбивые, наоборот, готовы работать день и ночь, лишь бы построить как можно более крупную и прибыльную компанию. Наконец, жонглеры занимаются предпринимательской деятельностью потому, что им нравится все делать самим. Это полные энергии люди, которые жить не могут без оплаты счетов, соблюдения сроков поставок и составления платежных ведомостей.

Многие эксперты уверены, что экономическая депрессия – наилучшее время для начала малого бизнеса: предприниматели изначально учатся сокращать издержки, имеют возможность найма квалифицированных работников, а также время для постепенного развития. Помимо всего прочего, многие считают предпринимательскую деятельность более выгодной в сравнении с другими сферами приложения сил, талантов и времени. Женщины и представители национальных меньшинств, чьи права в крупных корпорациях нередко ущемляются, часто видят в предпринимательстве единственный способ реализации своих потенциальных возможностей.

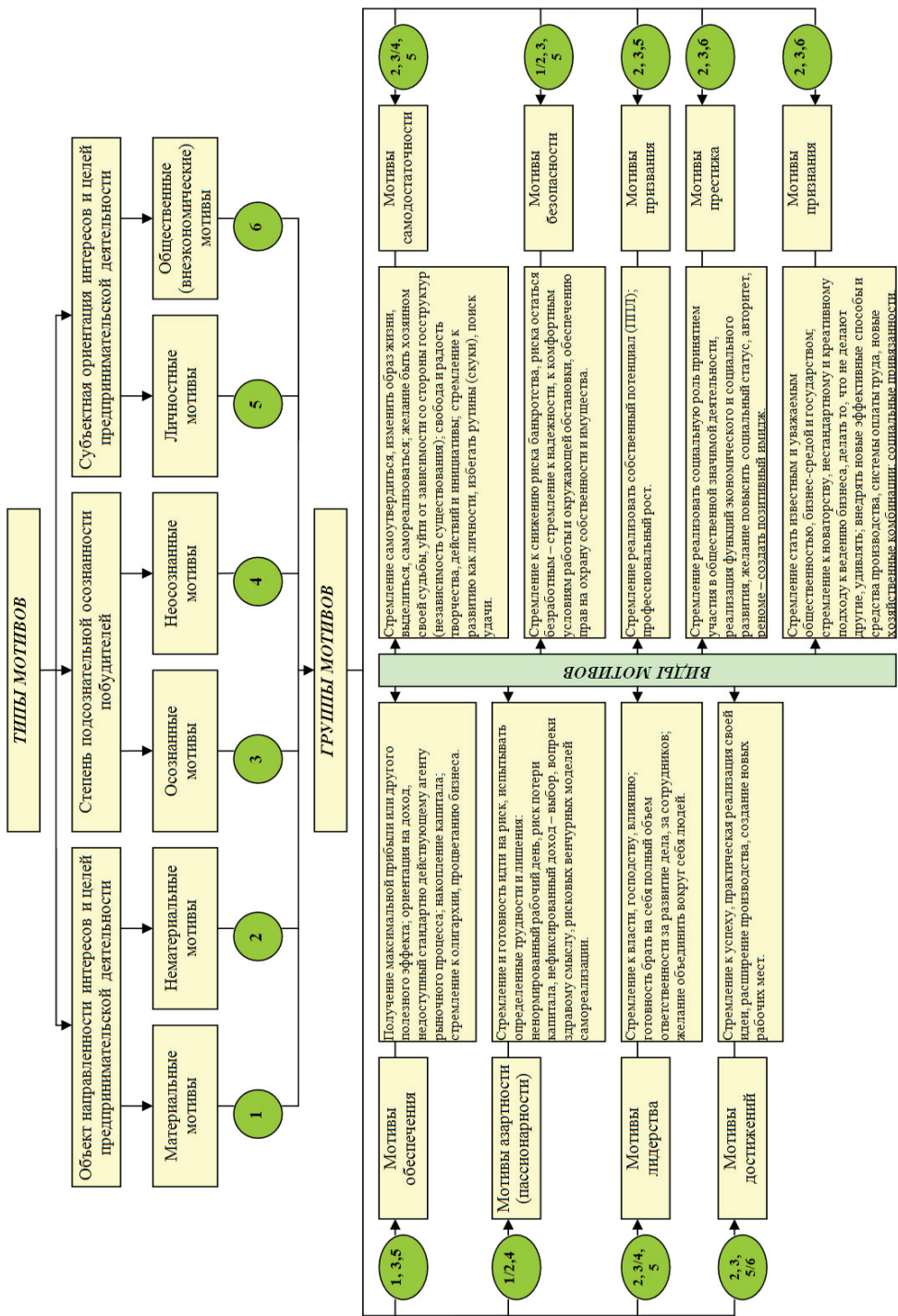


Рис. 1. Классификация мотивов предпринимательской деятельности
 Источник: авторский.

Предприниматели как особый психологический тип человеческой популяции являются наиболее активной ее частью, импульс поведения которой превышает величину инстинкта самосохранения. Их естественное и необходимое стремление к выгоде вполне совместимо с гуманностью и государственностью, а, следовательно, нуждается не в противопоставлении обществу, выделении в особый слой, а всесторонней поддержке. Поскольку потребности существуют в диалектическом единстве с мотивами, интересами и стимулами, то для повсеместного распространения предпринимательства необходимо сформировать у экономически активного населения сильные и устойчивые мотивы к самостоятельной экономической деятельности, для чего нужно создать стимулы, способствующие возникновению субъективного интереса к предпринимательству, а интерес, в свою очередь, перерастает в личную потребность.

Система стимулирования должна быть направлена на преодоление внешних и внутренних ограничений, препятствующих развитию предпринимательской деятельности. В первую очередь, это психологические факторы – боязнь личной ответственности и необходимости принимать управленческие и другие решения. Внешними ограничениями на пути развития предпринимательской деятельности являются необходимые условия для открытия своего дела и объем стартового капитала, который позволяет выполнить эти условия [6, с. 16 - 17]. В связи с этим стимулы предпринимательской деятельности можно подразделить на административные, экономические, статусные, добавив к ним еще и группу психологических стимулов.

1. Административное стимулирование – это побуждение к предпринимательской активности со стороны государства, предполагающее установление определенных санкций за нарушение установленных норм. К административным стимулам можно отнести:

- совершенствование нормативно-правовой базы в части конкретизации положений федеральных, региональных и местных законов о развитии малого и среднего бизнеса, ухода от декларативности в сторону четко прописанных гарантий, процедур, прав и обязанностей;

- проведение законодательных реформ в целях пересмотра определений малого и среднего предприятия, количественных характеристик (число занятых, обороты и т.д.), упрощения процедуры регистрации и ликвидации бизнеса, закрепления числа согласований при открытии и ведении бизнеса на разумном уровне;

- разработка щадящего налогового законодательства: перевести налогообложение малых предприятий на налог от вмененного дохода, заменив им налог на прибыль, НДС и налоги, начисляемые на фонд оплаты труда (его можно посчитать исходя из налоговой базы компании за последние три – пять лет с учетом средней рентабельности по отраслям, численности работников и других показателей. При этом во избежание недоимок в бюджет оплату этого единого налога можно считать необходимым условием

для начала работы) [5, с. 30]; введение дополнительных льгот по налогу на прибыль; снижение или даже замена налога на добавленную стоимость, который не способствует внедрению новых технологий, инновационных подходов к производству и осуществлению бизнес-процессов, например, на налог с продаж или на вариативную ставку налога на прибыль; изменить разрешительный порядок введения налогообложения в виде единого налога на вмененный доход (ЕНВД) для некоторых предприятий на уведомительный, для чего потребуется внести изменения в некоторые статьи НК РФ; увеличение срока отнесения затрат на НИОКР, не давших положительного результата, до 3 лет; введение гибкой системы ставок по упрощенным налоговым режимам;

- введение моратория на любые изменения налогового законодательства, ухудшающие положение вновь образованных организаций-налогоплательщиков, сроком на три года;

- введение моратория на изменение форм отчетности предпринимательских организаций, что может продемонстрировать изменение фискальной политики государства в сторону большей открытости и предсказуемости;

- за экономические преступления, не влекущие ущерба для государства в особо крупном размере, наказывать серьезными финансовыми санкциями, а не лишением свободы;

- гибкая система кредитования начинающих предпринимателей не за счет средств коммерческих банков, а из государственного бюджета. Предпринимательская деятельность – это альтернатива трудоустройству безработных. Однако для открытия своего дела необходим стартовый капитал, каковой имеется далеко не у каждого потерявшего работу человека. В этой связи, необходимо предоставление государственных гарантий для получения кредитных средств, поскольку только государство может осуществлять кредитование на длительный срок и под льготный процент;

- применение механизмов рассрочки по приватизации государственного и муниципального имущества.

2. Экономическое стимулирование – это внешнее побуждение к предпринимательской активности посредством рычагов конкурентно-рыночного механизма, в том числе через доход, дивиденды и так далее. В качестве экономических стимулов предпринимательской деятельности можно выделить:

- устранение недобросовестной конкуренции на рынке предпринимательской деятельности, прямой доступ к долговременному финансированию;

- создание предпринимательской инфраструктуры, бизнес-инкубаторов, технопарков;

- долгосрочные программы поддержки сферы малого и среднего бизнеса, направленные на развитие инновационной экономики, создание новых рабочих мест, повышение качества жизни, выплату субсидий на компенсацию

затрат малых предприятий [1, с. 62], снижение ставок по аренде нежилых помещений;

– дополнительные пенсионные накопления: в состав расходов на оплату труда необходимо включить взносы как на именные счета работников, так и на солидарные пенсионные счета предприятий, а условие, по которому при изменении существенных условий пенсионных договоров ранее уплаченные взносы подлежат налогообложению, целесообразно отменить;

– свободное хождение наличных денег в расчетах между субъектами малого бизнеса. Исключив «сладость запретного плода», каковым являются в сознании граждан наличные деньги, государство создало бы стимул для перехода на современный уровень товарно-денежных отношений, то есть безналичный оборот денег (возможно, уменьшится необходимость добывания наличных денег незаконными путями) [5, с. 30];

– выделение грантов на развитие. Использование грантов опробовано в Челубинском районе Кемеровской области. Гранты позволяют финансировать развитие предпринимательской деятельности именно в тех отраслях и сферах деятельности, где в этом есть острая необходимость. Еще одним преимуществом грантов можно назвать возможность отбора именно тех, кто действительно имеет потенциальные предпринимательские способности.

3. Статусные стимулы направлены на изменение положения предпринимателя посредством общественного признания его заслуг, профессионального и морального авторитета, и в целом, создание позитивного имиджа предпринимательской деятельности. К статусным стимулам можно отнести:

– разработка образовательных программ на основе государственных образовательных стандартов, направленных на подготовку квалифицированных кадров в сфере предпринимательства, создание сети образовательных учреждений, реализующих образовательные программы для субъектов предпринимательской деятельности. Безусловно, предприниматели «рождаются», а не «делаются», однако, это не исключает необходимость выявления профессиональной подготовки молодежи к предпринимательской деятельности. Достигнутый в обществе уровень знания, современная организация хозяйства создают необходимые предпосылки для развития предпринимательских способностей. Подготовка предпринимателя имеет двоякое направление: во-первых, это профессиональная подготовка в зависимости от характера (рода) деятельности и, во-вторых, подготовка в области человеческих отношений;

– доброжелательная атмосфера в обществе в отношении предпринимательской деятельности, создаваемая в средствах массовой информации (СМИ), кино, театре, различных публикациях;

– формирование надлежащих этических норм предпринимательства, предпринимательской культуры (кодексы нравственного поведения предпринимателя);

– развитие искренней благотворительной деятельности, позволяющей существенным образом изменить отношение общества к современным предпринимателям.

4. Психологическое стимулирование – это побуждение к предпринимательской активности посредством психологической помощи в преодолении внутренних личностных ограничений и барьеров, препятствующих осуществлению предпринимательской деятельности при условии наличия потребности или желания стать предпринимателем. Психологическими стимулами могут являться:

– система страхования вновь создаваемого предприятия на случай неудачи в бизнесе, в целях снижения риска потери имущества при неудачном открытии предприятия;

– психологическая помощь и поддержка начинающим предпринимателям с целью снятия негативных установок и стереотипов, вызывающих боязнь личной ответственности и принятия самостоятельных решений. Такой проект успешно реализуется в Семеновском центре занятости населения Нижегородской области, где существует служба психологической поддержки начинающих предпринимателей, основными задачами которой являются: консультирование в сложных ситуациях, развитие рыночного мышления, формирование культуры предпринимательства. Большого эффекта, на наш взгляд, можно добиться, если эта служба будет отдельной структурой, поскольку сфера деятельности служб занятости охватывает, в основном, лишь категорию безработных граждан из всего экономически активного населения.

В целом, классификация стимулов представлена на рис. 2. Используя совокупность мер стимулирования, ужесточая и упрощая условия деятельности по мере насыщения или оттока предприятий из отрасли, можно гибко управлять развитием производственной сферы и сферы обслуживания, привлекая предпринимателей в одну сферу и ограничивая входение в другую.

Предпринимательская деятельность – весьма нелегкий труд, требующий мобилизации всех человеческих способностей и усилий. Именно деятельностный компонент наиболее важен в предпринимательстве. Предпринимателя «нового поколения» должны отличать не только самостоятельность, ответственность, рискованность, инициативность, склонность к творчеству, новаторству, но и высокий профессионализм, стремление к саморазвитию, поскольку необходимость постоянного участия в конкуренции заставляет предпринимателей уделять внимание уровню своей профессиональной конкурентоспособности – способности вести соперничество с представителями среды своего бизнеса. В процессе профессиональной деятельности предпринимателей личная конкуренция, характерная для повседневной жизни людей, сменяется профессиональной конкуренцией, ведущейся по определенным правилам, а личная конкурентоспособность людей – профессиональной конкурентоспособностью

субъектов бизнеса. Стремясь работать на высоком профессиональном уровне и добиваться наилучших результатов в реализации профессиональных интересов, предприниматели стараются обеспечить высокий уровень конкурентоспособности своего бизнеса, и, как результат, эффективное развитие экономики в целом.

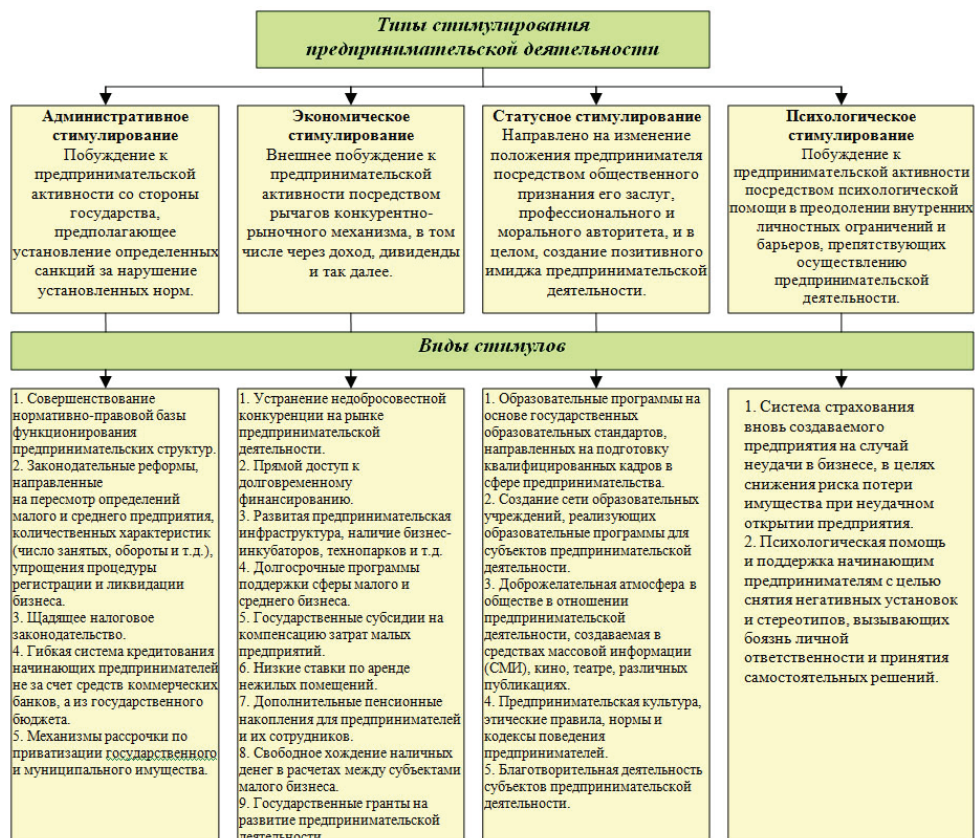


Рис. 2. Классификация стимулов предпринимательской деятельности
Источник: авторский.

Предприниматель «нового поколения» – это человек будущего, представитель «гражданского общества», «элемент будущего в настоящем», что представляется более правомерным, чем утверждение, что предприниматели – представители особой группы.

Список источников

1. Балекин, Е.В. Мотивация деятельности субъектов малого предпринимательства [текст] / Е.В. Балекин // Экономика и право. – 2009. – № 1. – С. 62.
2. Дафт, Р. Менеджмент. 6-е изд. [текст] / Р. Дафт. – СПб.: Питер, 2006. – 864 с.: ил. – (Серия «Классика MBA»). – 220 с.
3. Интернет-журнал «Меценат» [электронный ресурс]. – 2010. – URL: www.maecenas.ru/docs/2003_93.htm.

4. Словарь русского языка: в 4-х т. [текст] / АН СССР, Ин-т рус. яз.; Под ред. А.П. Евгеньевой. – 3-е изд., стереотип. – М.: Русский язык, 1985 – 1988. – Т.4. – С – Я. – 1985. – 696 с.

5. Хажоян, Г. Что требуется от государства для развития малого бизнеса. Необходимо изменить законодательство [текст] / Г. Хажоян / Генеральный директор. Персональный журнал руководителя. – 2008. – № 8. – С. 30.

6. Шаховская, Л.С. Стимулирование предпринимательства: государственный масштаб [текст] / Л.С. Шаховская, Н.В. Кетько / Российское предпринимательство. – 2009. – № 1. – С. 16-17.

7. Экономика труда [текст] / Под ред. М.А. Винокурова, Н.А. Горелова – СПб.: Питер, 2004. – 656 с.: ил. – (Серия «Учебник для вузов»). – С. 461.

MOTIVES AND INCENTIVES IN THE SYSTEM OF ENTREPRENEURIAL ACTIVITY

Akimova Olga Evgenjevna,

Ph.D. of Economy, Associate professor of the Chair of World Economy and Economic Theory of Volgograd State University;

olafishka@mail.ru

Economic entities prompt active socially useful activity, one of the most important types of which is entrepreneurship (lifestyle, method of conduct aimed at doing business as a form of existence of the owner of means of production) to meet their own needs. Awareness of these needs increases interest in the conditions and ways of meeting them. Interests may affect people's behavior and may become the internal and external reasons for the activity in case of the real possibility of their implementation: motives and incentives are driving moments that administer the actions of people brought to life by the coincidence of internal and external circumstances. The main difference between the motive and the stimulus lies in the fact that the motive applies to the person as to the subject of action, but an incentive is a product of higher activity of not one but two people, entrepreneurs and society (as represented by the state, representatives of the business environment and population).

Keywords: motives, incentives, entrepreneurial activity, entrepreneurs, motivators, stimulation.