ум хорошо, а два лучше

социально-психологические аспекты инновационного предпринимательства

Современное инновационное предпринимательство тесно связано с малым бизнесом. Сегодня его отличают использование новых, подчас нетрадиционных путей достижения цели во всех сферах деятельности, новаторство, творческий подход к решению возникающих проблем, связанных с рынком. Его особенностью выступает уникальность нововведений, которая предопределяет высокую степень риска в деле получения результата.

Австрийский экономист Й. Шумпетер еще в 1934 году писал о том, что предприниматель - это инноватор, который разрушает сложившееся экономическое равновесие, стимулируя при этом развитие общества [1]. Кроме этого существует еще полтора-два десятка граней, характеризующих видовые различия предпринимательской деятельности, но большинство, в том числе современных, авторов при определении понятия «предпринимательство» подчеркивают именно его инновационный характер.

Предприниматель по своей природе является *инноватором*, то есть человеком с особым психологическим профилем. Его миссия - активизировать дремлющие экономические возможности, вовлекать их в оборот, пускать на благо людям, а не прятаться в тень, получая запрещенными методами сверхприбыль.

Какими же личными качествами должны обладать люди, способные выполнять непростую предпринимательскую функцию?

Большинство авторов в первую очередь обращают внимание на психологический склад человека, тип характера. При этом подчеркива-

Синов В.В.
канд. экон. наук, доцент кафедры экономики труда и трудовых ресурсов Санкт-Петербургского университета экономики и финансов (СПбГУЭФ)

ются очень разные свойства:
- интеллект и нацеленность на новое знание (И. Кирцнер);
- воображение и изобретательность (Дж. Шэкль);
- личная энергия и воля к действию (И. Шумпетер, Ф. Визер);
- сочетание ума и интуиции (В. Зомбарт, Дж. Ронен);
- потребность в достижении цели (Д. Макклелланд, Дж. Аткинсон);
- повышенная склонность к риску (А. Тверски, Д. Канеман).

Некоторые авторы [2] отличают *предпринимателей от инноваторов*. Первые осуществляют незапрограммированные инновации, рекомбинируя уже существующие ресурсы. Вторые же создают принципиально новые продукты. *Инноватор* - творец новых вещей, а предприниматель – организатор новых видов деятельности, которые позволяют выгоднее продать разработанные продукты. *Предприниматель*, действующий в инновационной сфере, заботится о рыночном применении тех идей, которые предлагает инноватор. В редких случаях инноваторы самостоятельно основывают новые компании, используя какое-либо свое крупное изобретение, сулящее прибыль, и добиваются успеха, особенно в области высоких технологий. Это происходит в том случае, если инноватор кроме «инновационного чутья» обладает качествами хорошего предпринимателя (Билл Гейтс, Стив Джобс, Нолан Бушнель и др.).

Специалисты, давно и пристально изучающие фигуру предпринимателя, основное внимание уделяют таким качествам, как потребность в достижении цели и предрасположенность к риску, скрытой пружиной которых выступают мотивация и личностные качества. Еще в 1961 году в работе «Общество достижения» Д. Макклелланд обосновал правомерность «мотива

предприниматель, действующий в инновационной сфере, заботится о рыночном применении тех идей, которые предлагает инноватор

к достижению» как величайшего побуждения к бизнесу, а предпринимателей определял как людей, *способных брать на себя высокую ответственность* [3]. Он выделил три условия возникновения мотива к достижению:

большего прогресса в экономике добиваются тогда и там, когда и где у индивидов очевиден высокий уровень мотивов к достижению цели

1) индивиды должны быть готовы взять на себя всю ответственность за конечный исход дела;
2) необходимо иметь четкое представление о том, чем закончилось дело, чтобы знать, испытал индивид удачу или поражение;
3) удача должна быть зримой, а пути ее поиска – умеренно рискованными.

Его работа вызвала значительный интерес ещё и потому, что представляла собой попытку применения психологических методов к объяснению экономических явлений. В частности, сравнивая уровень потребности в достижении в 1925 и 1950 гг. по данным контент-анализа популярных книг и учебников разных стран, он убедительно доказал, что большего прогресса в экономике добиваются тогда и там, когда и где у индивидов очевиден высокий уровень мотивов к достижению цели.

Хотя первостепенную роль в формировании потребности в достижении Д. Макклелланд отводит семейному воспитанию, тем не менее, он считал, что сила этой потребности может изменяться даже у взрослого человека. Поэтому по его рекомендациям были разработаны специальные программы, направленные на *увеличение силы потребности в достижении у сотрудников, занятых управленческой и инновационной деятельностью.*

Следующий шаг в изучении мотивационной сферы инновационной деятельности сделал в 1964 году Дж. Аткинсон [4], когда разработал *мотивационную модель «выбора риска».* Конструируя экспериментальные ситуации в учебных помещениях, он выявил любопытный факт: студенты, отличавшиеся высоким уровнем потребности в достижении, как правило,

гордились своими успехами. Напротив, студенты с низким уровнем были очень довольны тем, что им удалось избежать неудачи. Опираясь на собственные наблюдения, Дж. Аткинсон предложил следующую *«формулу успеха»:*

$$T_S = M_S \times P_S \times I_S, \qquad (1)$$

где *s* – успех;
T_S – тенденция достижения успеха на основе ярко выраженной активности;
M_S – мотив к достижению успеха как стабильная характеристика индивида;
P_S – вероятность наступления успеха;
I_S - ожидаемая цена успеха.
По существу, формула демонстрировала следующую зависимость: чем ниже вероятность успеха, тем выше уровень побуждения к нему в связи с его ценой. Соответственно, *«формула страха» перед неудачей* такова:

$$T_{af} = M_{af} \times P_f \times I_f, \qquad (2)$$

где T_{af} – тенденция возникновения страха перед неудачей;
M_{af} – мотив или стремление избежать неудачи;
P_f – вероятность наступления неудачи;
I_f – «расхолаживающая» сила возможного неуспеха.
Согласно гипотезе Аткинсона, удача при решении легкой задачи (что означает высокую вероятность успеха) более притягательна для индивида, чем поражение при решении трудной задачи. Подобная гипотеза вполне согласуется со здравым смыслом, которым люди и руководствуются в повседневном поведении.

лица с более сильной надеждой на успех, чем страхом перед неудачей, склонны приписывать успех своим способностям и усилиям

Что интересного в формулах Аткинсона? Прежде всего, они выявляют сложный узор «игры ожиданий». Если задача слишком трудна, то ее нельзя решить без определенного везения. *Случай* - верный спутник тех, кто не боится риско-

вать. Теория мотивации Аткинсона оставляет за инноватором широкий диапазон свободы выбора, но это всегда выбор между менее и более рискованными стратегиями поведения.

удача при решении легкой задачи (что означает высокую вероятность успеха) более притягательна для индивида, чем поражение при решении трудной задачи

Гарантия - норма поведения для «посредственностей», инноватор ее постоянно перешагивает, балансируя между страхом перед неудачей и гордостью за удачно преодоленное препятствие, которое всегда чуточку выше твоих сил.

Теория Аткинсона нашла свое отражение в практической работе ряда западных фирм. С целью повышения степени обучаемости и способности к риску в инновационной деятельности были разработаны специальные мотивационные программы, направленные на стимулирование поисковой инновационной деятельности персонала.

Обобщая экспериментальные данные в области мотивации, ученик Дж. Аткинсона Б. Вайнер в 1974 году ввел *теорию каузальной атрибуции* в контекст изучения мотивации достижений [5]. Он пришел к следующим выводам:

1. Мотивация лишь усиливается в результате неуспеха среди индивидов с ярко выраженным стремлением к достижению.
2. При неудаче мотивация подавляется у индивидов с неярко выраженным стремлением к достижению.
3. Мотивация уменьшается, если успех наступает у первых.
4. Мотивация усиливается, когда успех ожидает вторых.

Если поместить такого рода абстрактные формулы в социальный контекст, то они выявят типичные черты отношения к инновационной деятельности в том или ином обществе. Ведь с помощью конкретных мероприятий правительство может содействовать предпринимательской и инновационной деятельности, и тогда в эти сферы пойдут люди с высоким уров-

Умеем хорошо
Делаем лучше

нем потребности в достижении, а может быть индифферентно, и тогда в эти сферы будут вовлекаться люди с высоким уровнем страха перед неудачей. Словом, правительство может поощрять «смелых», а может – «трусливых», но в последнем случае не следует ожидать высокой предпринимательской и инновационной активности в обществе.

Только когнитивный фактор в теории Аткинсона мог выступить в качестве субъективной вероятности успеха. Он, как и Макклелланд, все-таки не сделал того последнего шага, который привел бы к когнитивной теории мотивации. Они считали любое сообщение о когнитивных явлениях очень ненадежными индикаторами мотивации. Б. Вайнер ввел в когнитивную теорию мотивации, как и в теорию мотивации достижения, ряд дополнительных положений, касающихся каузальной атрибуции.

Теория атрибуции внесла несомненный вклад в исследование психологии инновационной деятельности. Впервые она была сформулирована в 1958 году Ф. Хайдером. Ее суть заключается в анализе видения одним человеком причин и мотивов поведения других людей. Успех или неуспех здесь обусловлены четырьмя факторами: *способностями и усилиями* (внутренние контролируемые факторы), а также *трудностью задачи и счастливым случаем* (внешние контролируемые факторы). Если два первых - стабильные факторы, то два вторых - нестабильные.

Лица с более сильной надеждой на успех, чем страхом перед неудачей, склонны приписывать успех своим способностям и усилиям (т.е. внутренним факторам), а неуспех - недостаточным усилиям, которые являются внутренним, но нестабильным фактором. Однако в теории атрибуции важны не столько факторы сами по себе, сколько их истолкование инноватором, его стремление винить либо судьбу, либо себя, умение «держать удар» в случае поражения или - что также важно - в случае успеха.

Окончание следует

Литература

1. Шумпетер Й. Теория экономического развития.- М.: Прогресс, 1982.

2. Peterson R. Entrepreneurship and organization // Handbook of organizational design. - V.I. Oxford, 1981.

3. Management and Organization Behavior Classics / Matteson V.T., Ivancevich J.M. - Homewood (Ill): Irvin, 1989.

4. Alkinson J. An introduction to motivation. - N.Y., 1964.

Отпечатано в ООО "Связь-Принт" (103064, Москва, ул. Казакова, 8а, стр. 3). Тираж 4000. Заказ 37