исследуем мотивацию к ведению предпринимательской деятельности

стимулирование развития предпринимательства на основе мотивационной структуры предпринимательской деятельности

Аннотация

В статье исследуется влияние внешней среды на мотивацию к предпринимательской деятельности. Рассмотрены показатели ее эффективности, предложены основные принципы стимулирования развития предпринимательства.

Ключевые слова: стимулирование предпринимательства, мотивация, эффективность предпринимательской деятельности, факторы мотивации

В настоящее время практически неисследованной областью остается механизм влияния внешней среды на мотивацию предпринимательской деятельности. Предложенная методика является развитием результатов работ А. Айзена [1], доказавшего, что когнитивные мотивационные теории позволяют оценить влияние внешней среды на внутреннюю мотивацию.

Основываясь на данном подходе, автор предлагает исследовать влияние внешней среды на внутреннюю мотивацию в трех блоках: «бизнес-среда», «социальный статус» и «внешние конфликты». Модель методики исследования графически можно отобразить следующим образом (*см. рис. 1. на с. 24*).

Для сбора необходимых данных используется анкета. Исследование проведено среди ряда предпринимателей Волгоградской области, самостоя-

Хрупин Игорь Михайлович
аспирант факультета экономики и управления, Волгоградский государственный технический университет
Igor23@inbox.ru



Рис. 1. Модель методики исследования мотивационной структуры предпринимательской деятельности с учетом факторов внешней среды

тельно осуществляющими предпринимательскую деятельность и знакомыми с местными условиями ведения бизнеса.

Было распространено 200 специально разработанных автором анкет, из которых удалось собрать 115 анкет, отклик при этом составил приблизительно 57%. Из полученных 115 анкет, 106 содержали все необходимые сведения и были заполнены корректно, именно они были использованы для дальнейшего анализа.

Используемая анкета представляет собой пятистраничный опросный лист с переменными, измеряемыми по интервальной шкале, которые предпринимателю надлежит заполнить самостоятельно, руководствуясь своими ощущениями.

по мере роста компании и перехода из малого бизнеса в более крупный, параметры группы рыночных показателей приобретают все большую относительность

Вопросы блока «восприятие бизнес-среды» были частично адаптированы из методики Таормина и Лао [2], дополнены и модифицированы автором. Блок содержит 10 вопросов, ответы на которые даются по 7-интервальной шкале Лайкерта и призваны оценить восприятие индивидом окружающей

среды. Шкала варьируется от 1 (совсем не имеющий значения) до 7 (имеющий определяющее значение). Один из вопросов блока, например, призван оценить влияние на предпринимательскую деятельность политики правительства по поддержке малого бизнеса.

Блок «восприятие социального статуса» содержит 4 оценочных вопроса. Шкала измерений данного блока призвана измерить влияние факторов данного блока на мотивацию предпринимательской деятельности.

Переменные блока «восприятия внешних конфликтов» в целом можно охарактеризовать как детализацию оценки риска принятия неблагоприятного политического курса, варьирующегося от умеренного до чрезвычайно высокого. Подобные индикаторы распространены в научной литературе, посвященной количественной оценке политического и институционального риска.

Последний, результирующий блок зависимых переменных, призван оценить собственно мотивацию к ведению предпринимательской деятельности.

Для определения эффективности программы стимулирования предпринимательства в первую очередь необходимо принять систему показателей, по которым такая эффективность будет измеряться. Предлагается следующая система показателей измерения эффективности предпринимательской деятельности (*см. рис. 2 на с. 26*).

В показатели эффективности предпринимательской деятельности на уровне фирмы включаются такие позиции, как длительность нахождения на рынке; рост объема продаж; рост рыночной доли (в масштабе района, региона, страны); увеличение объема инвестиций (в сопоставимых бизнес-подразделениях); количество дополнительных подразделений, созданных посредством приобретения или расширения действующего бизнеса, диверсификации в другие направления, увеличение численности персонала, суммы прибыли и др.

...предпринимательская деятельность занимает особое место в жизни каждого предпринимателя, определяемое на основе его ценностей и норм, которые, в свою очередь, зависят от уровня его социальных ожиданий

Эффективность предпринимательской деятельности

При измерении эффективности предпринимательской традиционными показателями деятельности являются натуральные и финансовые.



Рис. 2. Измерение эффективности предпринимательской деятельности на уровне фирмы

Рыночные и инвестиционные показатели используются реже, однако отражают не менее важные стороны предпринимательской деятельности и могут быть важны в качестве оценки эффективности предпринимательской деятельности нового или развивающегося бизнеса (например, прибыли и дивидендов нет, но увеличивается количество подразделений и географическое покрытие рынка, тем самым достигается рыночная эффективность).

В качестве таких, вторичных, показателей эффективности предпринимательской деятельности фирмы выделены такие показатели как удовлетворение потребителей, деловая репутация (гудвилл), кредитный рейтинг и т.п. эти показатели, хотя и характеризуют эффективность предпринимательской деятельности, имеют намного большую степень относительности в оценке и связаны с труд-

ностями в непосредственном их количественном измерении. Данные параметры отнесены к инвестиционной группе.

По мере роста компании и перехода из малого бизнеса в более крупный, параметры группы рыночных показателей приобретают все большую относительность.

Механизм оценки воздействия мотивации на разработанные показатели эффективности предпринимательской деятельности также должен формироваться с учетом страновых и региональных особенностей. Так, например, механизм воздействия мотивации на результативность предпринимательской деятельности российских предпринимателей, как показывают результаты проведенного исследования, отличается от классического описания этой связи, предложенного Д. МакКлеландом.

Автором сделан вывод о том, что предпринимательская деятельность занимает особое место в жизни каждого предпринимателя, определяемое на основе его ценностей и норм, которые, в свою очередь, зависят от уровня его социальных ожиданий.

Этот уровень, в принципе, является уникальным для человека, однако можно наблюдать определенную среднюю тенденцию его проявления.

Предпринимательская активность и особенности ее проявления уходят корнями в различные основания, так что их цель и характер взаимосвязи с результатами в отличие от классической теории Д. МакКлелланда может быть другим.

Мотивация к ведению бизнеса

Результаты исследования мотивации предпринимательского поведения показали, что российские предприниматели в большей степени, чем предприниматели других стран, ориентированы на факторы мотивации, корни которых лежат во внешней среде. Этот вывод находится в контрасте с результатами исследованиями мотивации предпринимательской деятельности, проводимыми в странах, например, Западной Европы и США, где определяющими факторами мотивации предпринимательской деятельности стали факторы внутренней природы, характеризующие социальный статус предпринимателя и направленные на удовлетворение его личных амбиций.

…российские предприниматели в большей степени, чем предприниматели других стран, ориентированы на факторы мотивации, корни которых лежат во внешней среде

Соответственно, само действие мотивации предпринимательского поведения на результаты предпринимательской деятельности в современных российских условиях, на взгляд автора, будет несколько иным, чем в классических представлениях, и это необходимо учесть при разработке программ стимулирования развития предпринимательства.

Особенность действия мотивации предпринимательского поведения на результаты предпринимательской деятельности, сформулированная автором в сравнении с действием мотивации предпринимательского поведения на результаты предпринимательской деятельности, предложенной Д. МакКлеландом, представлена на *рис. 3* (*см. на с. 29*).

Как видно из *рис. 3*, в контексте адаптации теории мотивации предпринимательской деятельности Д. МакКлеланда к современным российским условиям, в соответствие с результатами проведенного исследования индивидуальной мотивации предпринимателей, можно сделать вывод, что социально-экономическая ситуация оказывает существенное влияние на мотивы предпринимательской деятельности, среди которых основной – благоприятные условия внешней среды.

В соответствии с классическими представлениями западной школы менеджмента, успешное предпринимательство реализуется через действие факторов мотивации, природа которых кроется в индивидуальной самореализации и достижении целей посредством процесса рациональной предпринимательской деятельности.

Автором сделан вывод о том, что культурные и экономические условия влияют на мотивацию к ведению предпринимательской деятельности, и на первый план выходят мотивы, связанные с внешней средой, а не с личными побуждениями предпринимателя.

...культурные и экономические условия влияют на мотивацию к ведению предпринимательской деятельности, и на первый план выходят мотивы, связанные с внешней средой, а не с личными побуждениями предпринимателя

Заключение

Таким образом, определение эффективности существующих программ стимулирования развития предпринимательства с точки зрения мотивации предпринимательской деятельности, а также вновь разрабатываемых, применительно с существующим социально-экономическим условиям в России



Рис. 3. Действие мотивации предпринимательского поведения на результаты предпринимательской деятельности

должно учитывать следующие основные принципы (один из, или несколько):

– программа стимулирования развития предпринимательства должна быть ориентирована на создание внешних условий, благоприятных для создания нового бизнеса, появления новых бизнес-возможностей;

– программа стимулирования развития предпринимательства предполагает развитие в процессе получения основного или дополнительного образования у потенциальных предпринимателей (учащиеся старших классов, студенты экономических специальностей и т.п.) индивидуальных амбиций, стремлений, потребностей в личных достижениях, основам организации старта предпринимательской деятельности.

Одним из приоритетных направлений для развития предпринимательства в России видится создание

одним из приоритетных направлений для развития предпринимательства в России видится создание условий для реализации личных качеств индивидов

условий для реализации личных качеств индивидов, позволяющих использовать в качестве мотивов предпринимательской деятельности внутренние стимулы. Это предоставляет неограниченный ресурс повышения общей мотивации началу и ведению к предпринимательской деятельности, развитие которого, по сравнению с группой многих развитых стран, существенно отстает.

Литература

1. Ajzen, I. (1991). A theory of planned behavior. Organizational Behavior and Human Decision Processes, 50(2), 179–211.
2. Taormina R. J. Measuring Chinese entrepreneurial motivation personality and environmental influences / R. J. Taormina, S. K. Lao // International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research. – 2007. – № 13(4). – P. 200–221.
3. Шаховская Л. С. Стимулирование предпринимательства: государственный масштаб управления процессом мотивации предпринимательской деятельности в России / Л. С. Шаховская, Н. В. Кетько // Российское предпринимательство. – 2009. – № 1. – С. 16–20.

pn

Igor M. Khrupin
Postgraduate Student, Faculty of Economics and Management, Volgograd State Technical University

Promotion of Business Development Based on the Motivational Structure of Entrepreneurial Activity

Abstract

The paper studies the effect of environment on the motivation for business activity. It considers indicators of entrepreneurial activity and suggests the basic principles of stimulating business development.

Keywords: promoting entrepreneurship, motivation,business efficiency, motivating factor