

© И.В. ИГНАТОВА

Ignatovai75@yandex.ru

УДК 316.628

МОТИВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И МОДЕЛИ ПОВЕДЕНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ

АННОТАЦИЯ. В статье представлены результаты исследования мотивов предпринимательской деятельности. Обоснована классификация мотивов через рассмотрение теоретических концепций мотивации и результатов экспертного опроса. Выделены типы поведения предпринимателей, составлена их характеристика.

SUMMARY. The article presents the research results of enterprise activity motives. Classification of motives through consideration of theoretical concepts of motivation and the results of expert poll are given sufficient ground. The types of businessmen behaviour are determined and their characteristics are made.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА. Мотивы предпринимательской деятельности, классификация мотивов, модели поведения предпринимателей.

KEY WORDS. Motives of enterprise activity, classification of motives, models of behavior of businessmen behaviour.

Развитие предпринимательской деятельности в России является одной из приоритетных задач государства на современном этапе. С целью разработки эффективных мер регулирования предпринимательства необходимо изучать мотивы предпринимательской деятельности как основы принятия управленческих решений, направленных на формирование соответствующих типов предпринимательского поведения.

В соответствии с классификацией выделяют эгоистические и альтруистические мотивы [1; 139]. Первые связаны с частным интересом человека, направлены на рост его благосостояния, вторые — с интересами семьи, предприятия, общества. Поведение человека характеризуется соотношением мотивов в структуре его мотивации. При анализе экономических систем обычно исходят из эгоистических мотивов (концепция «экономического человека» [2; 345]). Такой подход оправдан в большинстве практических ситуаций. Вместе с тем альтруистические мотивы так же органично присущи человеку, как и эгоистические. В ходе эволюции сохранились и развивались те группы людей, которые обеспечивали эффективную заботу о детях, стариках, больных, слабых [3; 101-125].

В настоящее время в обществе преобладают эгоистические мотивы, выражающиеся в стремлении к личной наживе через реализацию общественных потребностей, для поиска которых происходит перенос собственных желаний и стремлений на уровень социума. Данный факт подтверждают исследования Г. Ф. Шафранова-Куцева, который пишет, что «сегодня в России новые владельцы крупных состояний на первый план ставят престижное личное потребление, выделяют средства в основном на пиар-акции, на поддержку политических

партий, то есть на первом плане — эгоистические, тщеславные мотивы» [4; 26]. Перекосы в развитии экономики, когда максимизация прибыли стала единственной целью предпринимательства, без учета, например, экологических последствий деятельности, значительного расслоения общества и т.д., отрицательно влияют на социальное развитие общества. Существующие методики организации своего дела советуют в первую очередь определить собственные неудовлетворенные потребности и развивать предпринимательские идеи в этом направлении.

Альтруистические мотивы предполагают готовность действовать на пользу другим, не считаясь со своими личными интересами. Применительно к предпринимательской деятельности они выражаются во вскрытии потребностей общества, их удовлетворении без стремления к максимизации прибыли.

Различные аспекты существования альтруистических и эгоистических мотивов, их влияние на развитие государства исследовались учеными. В соответствии с теорией разумного эгоизма все человеческие поступки имеют основанием эгоистический мотив, разум позволяет выделить из общего объема побуждений такие, которые составляют правильно понятый личный интерес, т.е. обнаружить ядро тех эгоистических мотиваций, которые соответствуют разумной природе человека и общественному характеру его жизни [5; 782]. Исходя из этого, поведение индивидов сохраняет эгоистическую основу, даже при совершении поступков, сознательно направленных к общей пользе (благотворительность, социальность бизнеса и т.д.).

Аристотель, разработавший теорию рационального эгоизма, выдвигает положение, что «добродетельному надлежит быть себялюбом» и объясняет самопожертвование через максимальное удовольствие, связанное с добродетелью [6; 54-77]. Платон писал, что реализация на практике принципов идеального государства затруднена в связи с тем, что у населения преобладают эгоистические мотивы [7]. Человек, по А. Шопенгауэру, разумное биологическое существо, эгоистическое, стремящееся к господству над всем миром. Человеческая жизнь есть борьба за существование. В этой борьбе «индивидуумы, движимые волей, не только утверждают свое бытие, но и отрицают бытие других, стремятся его подавить там, где оно стоит на пути» [8; 339]. Поскольку, с точки зрения А. Шопенгауэра, жизнь есть вечная борьба, то быть личностью — значит быть эгоистом. Любой человек предпочитает гибель мира собственному уничтожению. Антагонизм человеческих отношений и социальную несправедливость, все, что просветителям казалось преодолимым при сочетании общественного и частного интересов, при воздействии воспитания и образования, способствующих совершенствованию характеристик человека, А. Шопенгауэр отнес к сущности человека самого по себе. Подробнее рассмотрение теории рационального эгоизма получило в поздних работах Л. Фейербаха. Нравственность, по Л. Фейербаху, опирается на чувство собственного удовлетворения от удовлетворения других. Основной моделью служат взаимоотношения полов, с поправкой на разную степень непосредственности удовольствия. Раз счастье Я необходимо предполагает удовлетворение Ты, то стремление к счастью, как самый мощный мотив, способно противостоять даже самосохранению [9; 81].

Теория рационального эгоизма Н.Г. Чернышевского основана на особой антропологической трактовке эгоистического субъекта, согласно которой истинное выражение полезности, тождественной добру, состоит в «пользе человека вообще» [10; 392]. Благодаря этому при столкновении частного и общечеловеческого интересов должен превалировать последний. Однако в силу жесткой зависимости

человеческой воли от внешних обстоятельств и невозможности удовлетворения высших потребностей до удовлетворения простейших разумная коррекция эгоизма, по его мнению, эффективна лишь наряду с переделкой социальной структуры общества. В западной философии XIX в. вышеизложенные идеи высказывались И. Бентамом, Дж. С. Миллем, Г. Сиджвиком, Г. Спенсером и др.

Иным следствием общей логики теории рационального эгоизма является констатация того, что всякое стремление к собственной пользе, не нарушающее общезначимых запретов, связанных с насилием и обманом, автоматически способствует пользе других, т.е. является разумным. Эта позиция восходит к протестантской хозяйственной этике М. Вебера, идее «объективно безличной» любви к ближнему, тождественной исполнению своего профессионального долга [11; 81]. Когда он переосмысливается в категориях личного интереса предпринимателя, то возникает представление о спонтанной гармонизации эгоистических устремлений в рамках рыночной системы производства и распределения. Подобное понимание теории рационального эгоизма свойственно рыночной экономике А. Смита (концепция «невидимой руки» [2; 169]), Ф. фон Хайека (концепция «расширенного порядка человеческого сотрудничества» [12; 89]) и др.

Необходимо отметить, что нет общества, в котором действуют только альтруистические или эгоистические мотивы предпринимательского поведения, всегда существуют оба их вида. В данном случае актуальным является вопрос их оптимального соотношения. По мнению К.А. Гельвеция, рациональный баланс между эгоистическими мотивами индивида и общественным благом не может сложиться естественным образом. С помощью государственной власти, используя награды и наказания, можно добиться создания закона, обеспечивающего пользу «возможно большего числа людей» и «основывающего добродетели на выгоде отдельного индивида» [13; 45-68]. Следовательно, роль государства в формировании рационального баланса между эгоистическими и альтруистическими мотивами граждан является определяющей.

Исходя из вышесказанного, можно утверждать, что государство должно стремиться к активизации предпринимательской деятельности в стране, формируя альтруистические мотивы предпринимателей и соответствующее их поведение на основе экономической заинтересованности. В соответствии с современной концепцией общих ценностей (М. Портер, М. Креймер) [14; 34-52], задача государства заключается не в том, чтобы принудить бизнес к благотворительности или выполнению норм социальной ответственности, а в том, чтобы с помощью экономических рычагов мотивировать бизнес, преследуя свои выгоды, действовать в общественных интересах.

С целью выявления мотивов предпринимателей, их классификации и выделения типов предпринимательского поведения автором проведен экспертный опрос среди предпринимателей Тюменской области*. По данным исследования, выделены основные группы эгоистических и альтруистических мотивов предпринимательской деятельности. Из общего числа опрошенных 72,2% главным

* Экспертный опрос предпринимателей Тюменской области проводился в 2010 году, опрошено 20 человек, имеющих свое дело в сфере малого и среднего бизнеса, успешно функционирующих на рынке в течение пяти лет и более; средний возраст 45 лет; все эксперты имеют высшее образование, 3 человека — степень кандидата наук, 1 — доктора наук; в числе опрошенных 5 женщины, 15 мужчин.

эгоистическим мотивом считают повышение личного материального благосостояния, 16,7% — стремление реализовать свои амбиции, 11,1% — установить собственные правила хозяйственной деятельности. Основным альтруистическим мотивом предпринимательской деятельности 72,2% экспертов считают полезность обществу, 16,7% — стремление изменить мир к лучшему, 16,7% — содействовать материальному процветанию государства.

Таким образом, основным эгоистическим мотивом предпринимательской деятельности является повышение личного материального благосостояния, альтруистическим — быть полезным обществу.

В ходе опроса составлен рейтинг значимости мотивов предпринимательской деятельности. В порядке убывания он выглядит следующим образом: повысить личное материальное состояние, реализовать собственные амбиции, быть полезным обществу, установить свои правила хозяйственной деятельности, содействовать материальному процветанию государства, изменить мир к лучшему. Итак, на первом и втором местах рейтинга находятся эгоистические мотивы (повысить личное материальное состояние и реализовать свои амбиции) экономического и психологического характера, на третьем — альтруистический (быть полезным обществу), относящийся к психологическим аспектам деятельности, на четвертом месте (установить свои правила хозяйственной деятельности) расположен мотив, относящийся к числу институциональных.

На основе полученных результатов выделены три модуля предпринимательства — институциональный, экономический, психологический. В соответствии с классификацией разработана структура мотивов предпринимательской деятельности (табл. 1).

Таблица 1

Структура мотивов предпринимательской деятельности

	Эгоистические мотивы	Альтруистические мотивы
Институциональный модуль	Установить свои правила хозяйственной деятельности	Изменить мир к лучшему
Экономический модуль	Повысить личное материальное состояние	Содействовать материальному процветанию государства
Психологический модуль	Реализовать свои амбиции	Быть полезным обществу
Предпринимательство	Социализация личности	Социализация идеи

Итак, в мотивах предпринимательства выделяем альтруистические и эгоистические, которые формируются как сумма модульных альтруистических и эгоистических мотивов (табл. 1). Следовательно, альтруистический мотив предпринимательства — это социализация идеи, которая заключается в стремлении реализовать идею в обществе. Эгоистический мотив предпринимательства — социализация личности, т.е. намерение завоевать собственную нишу в обществе через установление собственных правил игры. Мотив предпринимательской деятельности является сложноструктурированным, он представляет собой сумму альтруистических и эгоистических мотивов предпринимательства.

Результаты опроса позволили выявить характерные виды предпринимательского поведения в зависимости от соотношения мотивов. По данным исследо-

вания выделим типы предпринимательского поведения, основанные на значимых и незначимых мотивах для предпринимателей. Значимые мотивы — повышение личного материального состояния, реализацию своих амбиций и стремление быть полезным обществу — формируют наиболее распространенную форму предпринимательского поведения. Данная мотивационная модель не включает мотивы институционального модуля, она основана на эгоистическом мотиве экономического модуля и мотивах психологического модуля (эгоистическом и альтруистическом). Высокая значимость данных мотивов для предпринимателей свидетельствует о распространенности этой модели поведения в бизнес-среде. При этом для деловых людей важно не только повышение личного материального благосостояния, но и полезность их деятельности для общества.

Незначимые мотивы — изменить мир к лучшему, содействовать материальному процветанию государства, установить свои правила хозяйственной деятельности — это мотивы институционального модуля, а также альтруистический мотив экономического модуля. Следовательно, поведение, основанное на стремлении устанавливать собственные правила игры, по данным экспертного опроса, является неактуальным для предпринимателей, такой тип поведения не имеет широкого распространения в бизнес-среде. Такая модель поведения основана на эгоистическом мотиве институционального модуля и альтруистических мотивах институционального и экономического модулей.

Кроме рассмотренных моделей предпринимательского поведения, существуют смежные типы поведения, основанные на средних по значимости мотивах для предпринимателей — это стремление изменить мир к лучшему, повышение личного материального состояния и самореализация, содействие материальному процветанию государства, установление собственных правил хозяйственной деятельности, полезность обществу.

В основе одной из идеальных моделей предпринимательского поведения лежат альтруистические мотивы, предполагающие изменение мира к лучшему, содействие материальному процветанию государства и собственную полезность обществу. Предприниматели, реализующие такой тип поведения, в большей степени заботятся об общественной выгоде от реализации своего проекта, чем о собственном доходе. В чистом виде внедрение данной модели в практику затруднительно, тем не менее, государство может развивать мотивы такого поведения у граждан, что будет способствовать достижению баланса общественных и личных интересов через создание «общих ценностей» [14; 35] бизнеса и общества. Это позволит государству переложить часть своих функций по решению социальных, экологических, образовательных и других вопросов на бизнес.

Модель предпринимательского поведения, основанная исключительно на эгоистических мотивах, включающих установление своих правил хозяйствования, повышение личного материального состояния, реализации личных амбиций, предполагает использование любых средств для личного обогащения и самореализацию через приобретение власти и влияния.

Все описанные модели имеют право на существование в современном обществе. Задача государства сводится к соблюдению баланса между мотивами альтруистического и эгоистического предпринимательского поведения через реализацию соответствующей управленческой технологии формирования мотивов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Ильин Е.П. Мотивация и мотивы. СПб.: Питер, 2002. С. 139.
2. Смит А. Исследования о природе и причинах богатства народов. М.: ЭКСМО, 2009. С. 169-345.
3. Генкин Б.М. Экономика и социология труда: Учебник для вузов, 1998. С. 101-125.
4. Шафранов-Куцев Г.Ф. Благотворительность в России: традиции и современность // Вестник ТюмГУ. 2009. № 4. С. 20-32.
5. Философия: Энциклопедический словарь / Под ред. А.А. Ивина. М.: Гардарики, 2004. С. 782.
6. Аристотель Сочинения. В 4 т. (серия «Философское наследие»). Т. 4 / Ред. и вступ.ст. А.И. Доватура, Ф.Х. Кессиди. М.: Мысль, 1983. С. 54-77.
7. Платон Государство. URL : www.info/bogoslov__Buks/Philos/Platon/Index.php.
8. Шопенгауэр А. Мир как воля и представление. Т. 1. М., 1990. С. 221.
9. Энгельс Ф. Людвиг Фейербах и конец классической немецкой философии / с прил.: К. Маркс. Тезисы о Фейербахе. М.: Политиздат, 1989. С. 81.
10. Чернышевский, Н.Г. Антропологический принцип в философии. Соб.соч. в 5-ти томах. Т. 4. М., 1974. С. 124.
11. Вебер М. Избранные произведения: Пер. с нем. / Сост., общ. ред. и послесл. Ю.Н. Давыдова, предисл. П.П. Гайдено. М.: Прогресс, 1990. С. 81.
12. Хайек Ф. Пагубная самонадеянность. Ошибки социализма. М.: Новости, 1992. С. 89.
13. Момджян Х.Н. Философия Гельвеция. М, 1995. С. 45-68.
14. Портер М., Креймер М. Капитализм для всех // Harvard Business Review. 2011. № 3. С. 34-52.