

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ АКТИВНОСТИ

Игнатова И. В.

*ФГБОУ ВПО «Тюменский государственный университет», Тюмень
Тюмень, Россия (625003, Тюмень, ул. Семакова, 10) ignatova-iv@yandex.ru*

Для разработки эффективных методик формирования предпринимательской активности, соответствующего бизнес-поведения необходимо изучить мотивы и цели предпринимательской деятельности как основы принятия управленческих решений. Рассмотрены методологические аспекты формирования альтруистических и эгоистических мотивов предпринимательства. Представлены результаты исследования мотивов и целей предпринимательской деятельности на примере Тюменской области. Обоснована классификация мотивов через рассмотрение теоретических концепций мотивации и данных экспертного опроса. Выделены типы поведения предпринимателей, составлена их характеристика. Сформулированы цели предпринимательства в рамках институционального, экономического и психологического направлений, выявлены их детерминанты. Уровень общественного развития прямо пропорционально определяет степень предпринимательской активности, т.е. оказывает влияние на формирование общественных потребностей и определяет благоприятность условий для развития предпринимательства, основная роль в создании которых принадлежит государству.

Ключевые слова: предпринимательская активность, предпринимательское поведение, мотивы и цели предпринимательской деятельности, модели поведения предпринимателей.

METHODOLOGICAL BASES OF FORMATION OF ENTERPRISE ACTIVITY

Ignatova I. V.

The Tyumen state university, Tyumen, Russia (625003, Tyumen, Semakova str., 10) ignatova-iv@yandex.ru

For working out of effective techniques of formation of the enterprise activity, corresponding business-behavior it is necessary to study motives and the purposes of enterprise activity, as bases of acceptance of administrative decisions. The methodology of allocation of egoistical and altruistic motives of enterprise activity is presented and analyzed. Results of research of motives and the purposes of enterprise activity on an example of the Tyumen region are presented. Classification of motives through consideration of theoretical concepts of motivation and the data of expert poll is proved. Types of behavior of businessmen are allocated, their characteristic is made. The purposes of business within the limits of an institutional, economic and psychological direction are formulated. Their objective and subjective factors are allocated. Social development level in direct ratio defines degree of enterprise activity, i.e. influences formation of public requirements and defines usefulness of conditions for business development, the dominant role in which creation, belongs to the state.

Keywords: enterprise activity, enterprise behavior, motives and the purposes of enterprise activity, model of behavior of businessmen.

Развитие предпринимательской деятельности в России на современном этапе является одной из приоритетных задач государства, решение которой связано с формированием и расширением предпринимательской активности населения. Данное понятие является многоаспектным и, в соответствии с методикой GEM, представляет собой «вовлеченность населения в создание новых компаний, управление растущими и устоявшимися компаниями, а также закрытие бизнеса» [4, с. 9]. В настоящее время уровень предпринимательской активности населения России снижается: в 2006 году этот показатель составлял 4,9 % для ранних предпринимателей, 1,2 % – для владельцев устоявшегося бизнеса; в 2008 году – 3,5 % и 1,1 %, соответственно; в 2009 году – 3,9 % и 2,3 %, соответственно; в 2010 году – 3,9 % и 2,8 %, соответственно [3, с. 9; 4, с. 8; 5, с. 9; 6, с. 9].

С целью разработки эффективных методик формирования предпринимательской активности, соответствующего бизнес-поведения необходимо изучить мотивы предпринимательской деятельности как основы принятия управленческих решений.

В соответствии с классификацией выделяют эгоистические и альтруистические мотивы [7; с. 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» [11; с. 345]). Такой подход оправдан в большинстве практических ситуаций. Вместе с тем альтруистические мотивы так же органично присущи человеку, как и эгоистические.

В настоящее время в обществе преобладают эгоистические мотивы, что 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» [15; с. 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.

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. Аристотель, разработавший теорию рационального эгоизма, выдвигает положение, что «добродетельному надлежит быть себялюбом», и объясняет самопожертвование через максимальное удовольствие, связанное с добродетелью [1; с. 54 – 77]. Платон писал, что реализация на практике принципов идеального государства затруднена в связи с тем, что у населения преобладают эгоистические мотивы [9]. 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» [15; с. 339]. Поскольку, с точки зрения А. Шопенгауэра, жизнь есть вечная борьба, то быть

личностью – значит быть эгоистом. Подробнее рассмотрение теории рационального эгоизма получило в поздних работах Л. Фейербаха. Нравственность, по его мнению, 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 [16; с. 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» [13; с. 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 века 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 [2; с. 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» [11; с. 169]), Ф. фон Хайека (концепция «расширенного порядка человеческого сотрудничества» [12; с. 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» [8; с. 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) [10; с. 34 - 52], задача государства заключается не в том, чтобы принудить бизнес к благотворительности или выполнению норм социальной ответственности, а чтобы с помощью экономических рычагов мотивировать бизнес, преследуя свои выгоды, действовать в общественных интересах.

С целью выявления мотивов и целей 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 числа опрошенных 72,2 % главным 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.

Итак, 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. Так, 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

*Экспертный опрос предпринимателей Тюменской области проводился в 2010-2011 годах, опрошено 32 человека, 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 7 женщины, 25 мужчин.

деятельности, на четвертом месте (установить свои правила хозяйственной деятельности) расположен мотив, относящийся к числу институциональных.

Как известно, в социологии критериями выделения того или иного типа предпринимательского поведения является степень его соответствия различным общественным нормам (профессиональным, правовым, моральным и т.д.). Результаты экспертного опроса позволили выявить характерные виды предпринимательского поведения в зависимости от соотношения мотивов. По данным исследования, 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. 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. 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.

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» [10; с. 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 характера.

На основе мотивов формируются поведенческие цели. В ходе исследования экспертами подтверждено, что главная цель предпринимательской деятельности – получение прибыли (56,1 %), самовыражение (39,1 %), реализация новых идей (17,3 %). По степени значимости цели предпринимательства расположились следующим образом: 1 – получение прибыли (экономическая цель), 2 – самовыражение (психологическая), 3 – реализация новых идей (институциональная).

В соответствии с нашим подходом, цель предпринимательской деятельности представляет собой триединство выявленных целей, объединяясь, они направлены на обеспечение развития общества. Содержание предпринимательства не может быть сведено к какому-либо одному из присущих ему направлений (экономическое, психологическое, институциональное). Все они являются свойствами предпринимательства, а доминирование любого из них – это проявление главенствующей роли предпринимательских усилий в конкретных хозяйственных ситуациях. В зависимости от сферы предпринимательской деятельности, цели достигаются полностью либо частично, либо не участвуют в процессе. Таким образом, цель предпринимательства можно представить в виде декомпозиции целей трех выделенных направлений. Например, цель институционального направления – приспособление к существующим нормам и правилам, лоббирование нормативных документов различного уровня (от международного до локального) в своих интересах, реализация новых идей. Цель экономического направления – получение прибыли; психологического – развитие потенциальных предпринимательских способностей человека, формирование соответствующего мышления, реализация выраженных предпринимательских наклонностей.

Выделенные направления взаимосвязаны. Так, для осуществления предпринимательской деятельности необходима соответствующая законодательная база, обеспечивающая ограниченную свободу предпринимательства, легализующая формы и виды предпринимательской деятельности и т.д., что обеспечивает получение прибыли, необходимой, с одной стороны, для повышения качества и уровня жизни, с другой, – как

показателя успешности реализуемого проекта. Человек как центральная фигура предпринимательства, осуществляя данный вид деятельности, удовлетворяет свои потребности – от низших (обеспечение достойных условий жизни, уровня качества жизни) до высших (самореализация, реализация собственного творческого потенциала), которые выражаются в формулировании и реализации предпринимательских идей. Итог этого процесса – в рамках институционального направления – совершенствование законодательства; экономического – рост благосостояния; психологического – повышение уровня удовлетворенности человека от своей деятельности, гармонизация человека (внутреннего мира с окружающей средой, условиями, в которых он осуществляет свою деятельность). Реализация трех направлений предпринимательства оказывает влияние на развитие общества.

Рассматривая вопросы достижения целей, отметим, что в зависимости от ряда условий, оно может быть полным, частичным либо отсутствовать. Выделим факторы, влияющие на уровень достижения модульных целей, разбив их на две группы – объективные и субъективные. Объективные детерминанты включают экономические (уровень конкуренции, спроса и предложения, степень удовлетворенности общественных потребностей в определенном сегменте рынка, развитость рыночной и предпринимательской инфраструктуры и т.д.); технологические (степень технологической развитости отрасли, материалоемкость проекта и т.д.); политические (стабильность политического развития общества, степень легитимности предпринимательства и т.д.); социо-культурные (зрелость предпринимательской культуры, наличие и доступность образовательных программ по формированию предпринимательского мышления и организации собственного дела, степень религиозности общества и т.д.); административные (уровень административных барьеров при реализации предпринимательского проекта и т.д.); институциональные (наличие соответствующего законодательства на разных уровнях управления, уровень государственной поддержки предпринимательства и т.д.); информационные (степень доступности аналитической, законодательной и другой информации и т.д.).

Субъективные факторы достижения предпринимательских целей включают опыт работы в роли предпринимателя, качество предпринимательской идеи, поддержку друзей и родственников, сферу приложения проекта, наличие собственных финансовых средств, наличие соответствующих личных качеств (упорство, творчество, креативность, целеустремленность и т.д.).

Вопрос эффективности предпринимательского поведения для его носителя определяется результативностью действий по реализации предпринимательской идеи. Для общества социальная эффективность предпринимательского поведения зависит от влияния

конкретного вида поведения на рост возможностей общества и его развитие, т.е. не только количественное увеличение потребляемых ресурсов, но и эффективность их использования.

Таким образом, выделенные группы факторов влияют на степень достижения целей предпринимателей, тем самым социум выступает базисом для предпринимательской деятельности. Уровень общественного развития определяет предпринимательскую активность в прямо пропорциональной зависимости. В данном контексте уровень общественного развития понимается автором как высокая или низкая степень проявления соответствующих объективных и субъективных факторов. С одной стороны, они оказывают влияние на формирование общественных потребностей. С другой стороны, определяют благоприятность условий для развития предпринимательства, основная роль в создании которых принадлежит государству.

Список литературы

1. 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.
2. Вебер, М. Избранные произведения: Пер. с нем. / Сост., общ. ред. и послесл. Ю. Н. Давыдова, предисл. П. П. Гайдено. – М.: Прогресс, 1990. – 808 с.
3. Верховская, О. Р., Дерманов, В. К., Дорохина, М. В., Каткало, В. С. Глобальный мониторинг предпринимательства: Россия 2006. – СПб.: Высшая школа менеджмента С.-П-го гос. ун-та, 2007. – 38 с.
4. Верховская, О. Р., Дорохина, М. В. Глобальный мониторинг предпринимательства. – СПб.: Высшая школа менеджмента С.-П-го гос.ун-та, 2008. – 47 с.
5. Верховская, О. Р., Дорохина, М. В. Глобальный мониторинг предпринимательства: Россия 2010. – СПб.: Высшая школа менеджмента С.-П-го гос. ун-та, 2011. – 54 с.
6. Верховская, О. Р., Дорохина, М. В. Глобальный мониторинг предпринимательства: Россия 2009. – СПб.: Высшая школа менеджмента С.-П-го гос.ун-та, 2010. – 59 с.
7. Ильин, Е. П. Мотивация и мотивы. – СПб.: Питер, 2002. – 512 с.
8. Момджян, Х. Н. Философия Гельвеция. М.,1995. – 245 с.
9. Платон. Государство [Электронный ресурс] // Режим доступа: www.info/bogoslov_Buks/Philos/Platon/Index.php.
10. Портер, М., Креймер, М. Капитализм для всех // HarvardBusinessReview. Россия. – 2011. – Март. – С. 34 – 52.
11. Смит, А. Исследования о природе и причинах богатства народов / А. Смит. – М.: ЭКСМО, 2009. – 960 с.

12. Хайек, Ф. Пагубная самонадеянность. Ошибки социализма. – М.: Изд-во «Новости», 1992. – 304 с.
13. Чернышевский, Н. Г. Антропологический принцип в философии // Чернышевский Н. Г. Собр. соч.: В 5 т. – М., 1974. – Т. 4. – 392 с.
14. Шафранов-Куцев, Г. Ф. Благотворительность в России: традиции и современность // Вестник Тюменского государственного университета. – 2009. – № 4. – С. 20 – 32.
15. Шопенгауэр, А. Мир как воля и представление. Т. 1. – М., 1990. – 339 с.
16. Энгельс, Ф. Людвиг Фейербах и конец классической немецкой философии / с прил.: К. Маркс. Тезисы о Фейербахе. – М.: Политиздат, 1989. – 125 с.

Рецензенты:

Горн А.П., д.э.н., доцент, зав. кафедрой таможенного дела, Тюменский государственный университет, г. Тюмень.

Немченко Г.И., д.э.н., профессор, Тюменский государственный университет, г.Тюмень.