

Характеристика личностных компонентов предпринимательства

Негреева В.В.
v.negreeva@mail.ru

Санкт-Петербургский государственный университет
низкотемпературных и пищевых технологий

Процесс развития экономической системы происходит непрерывно, стремительно усиливая конкурентоспособность предпринимательских структур в управлении. На ведущее место с социально-экономической точки зрения выходит предприниматель-интрапренер, как основатель нового дела. Цель, которую ставит перед собой интрапренер, заключается в основном не в получении прибыли, а в перспективе развития бизнеса. Предпринимателю-интрапренеру свойственна высокая мотивированность к труду, являющаяся основной компонентой его деятельности, и обратная связь между трудом и его материальной оценкой, предоставляющая ему возможность получить своеобразную «прибавочную энергетическую стоимость», которая существенно увеличивает и мотивацию к труду, и творческий подход к технологии производства.

Ключевые слова: предприниматель, интрапренер, мотив, мотивация

Motivation of the businessman: economic, psychological and social treatments and its institutional model

Negreeva V.V.
v.negreeva@mail.ru

Saint-Petersburg state university of refrigeration and food engineering

The development process of economic system is continuous, rapidly increasing the competitiveness of enterprise structures in management. At the leading place with the socio-economic point of view there is businessman-intrapreneur as the founder of a new business. The goal that intrapreneur sets consists basically not a profit, but in the long term business development. To businessman-intrapreneur the high motivation to the labor, being basic component of his activities, and an inverse relationship between labor and material evaluation, which provides him the opportunity to get «surplus energy cost», which significantly increases the motivation to labor and creative approach to technology production .

Keywords: businessman, intrapreneur, motive, motivation

Ядром личностных компонентов, характеризующих предпринимательскую деятельность, является мотивация, а точнее особенности мотивации, проявляющиеся в склонности или побуждении предпринимателя к инновационной рискованной деятельности, что отличает его от делового человека или бизнесмена, движимого лишь высокой прибылью, порой в ущерб инновациям.

Рассмотрим мотивацию предпринимательства в междисциплинарном контексте. Обратим внимание на ее экономическую, психологическую и социальную трактовку и обобщим результаты анализа в институциональной модели. Логика экономических трактовок предпринимательской деятельности привела к проблемам мотивации научно-исследовательские программы экономистов, начиная с теории классической школы. Поэтому в исследовании вопросов мотивации предпринимательской деятельности экономисты опередили психологов, философов, социологов.

Если рассматривать интрапренерство как вид предпринимательской деятельности, в которой инновационная функция получила институционально-экономическое обособление в условиях индустриальной экономики и растущей востребованности креативных интеллектуальных ресурсов, то логично построить исследование мотивации интрапренера на последовательном выделении дифференциальной специфики из мотивации вообще, мотивации экономической деятельности, мотивации предпринимателя и мотивации интрапренера.

Так уже классическая школа в вопросах экономической мотивации наметила определенные подходы. Во взглядах А. Смита присутствует ряд моментов по поводу мотивов деятельности экономического человека, где отмечается, что наличие собственного интереса является определяющим для его мотивации. Мотивация может быть успешно реализована в условиях свободной конкуренции. Экономический человек А. Смита – это не человек вообще, а представитель буржуазного класса или предприниматель, а экономический мотив человека – буржуа состоит в максимизации прибыли.

В отечественной же литературе можно встретить утверждение, что А. Смит «разработал в явном виде стройную целостную концепцию, отражающую гипотезу о мотивах экономического поведения, получившую широкую известность как модель «экономического человека» [6, с. 25]. Сама модель формулируется следующим образом: 1) определяющую роль в мотивации «экономического человека» играет собственный интерес; 2) «экономический человек» обладает достаточным уровнем интеллекта, что позволяет реализовать его цели в условиях свободной конкуренции; 3) модель «экономического человека» применима не к абстрактному, а конкретному человеку – буржуа или

предпринимателю; 4) главенствующей для предпринимателя мотивацией является максимизация прибыли с учетом денежных факторов благосостояния.

Проблема мотивации исследуется также и в работах представителей классической школы по мере обсуждения смитовской гипотезы об экономическом человеке, в частности, в полемике Дж.С. Милля с Н.У. Сениором. Обсуждая научный статус «экономического человека» – реальность это или абстракция, Дж.С. Милль сформулировал ряд важных для дальнейшего исследования мотивации научных положений.

В «Очерке о предмете политической экономии» Дж.С. Милль (1836) дает определение экономической науки как ментальной, т.е. интересующейся человеческими мотивами и способами поведения людей в экономической жизни. Дж.С.Милль, формулируя концепцию экономического человека, на которую у А. Смита были лишь намеки, конкретизирует ряд важных моментов по мотивации предпринимательской деятельности. Согласно Дж.С. Миллю, политическая экономия прямо и непосредственно должна интересоваться мотивами человека, реализуемыми в экономической сфере. Мотив вообще – это человеческая страсть или побуждение к чему либо. Экономический мотив – это побуждение к производству и потреблению богатства. Этому мотиву всегда сопутствуют альтернативные или антагонистические мотивы: 1) отвращение к труду, а, следовательно, неприятие богатства как результату труда; 2) желание поскорее насладиться дорогостоящими излишествами, т.е. восприятие результата, но отвержение средств его достижения - труда. В представлении абстрактного экономического человека присутствует один мотив – стремление к производству и потреблению богатства. Для реального экономического человека в расчет должны приниматься три мотива: страсть к богатству, источником которого является труд; и две страсти со знаком «минус» - отвращение к труду и богатству вообще (обычай) и желание потребить все и сразу или страсть потреблять, а не участвовать в приумножении богатства (привычка), включая влияние других качеств человеческой природы напрямую к богатству не относящиеся. «Пересечение» всей совокупности мотивов составляет мотивацию реального экономического человека[3, с. 114].

По К. Марксу, основные мотивы поведения детерминируются первичными материальными потребностями, удовлетворение которых необходимо для воспроизводства жизни. Классики марксизма считали, что богатство общества есть его свободное время, из чего следовало, что труд есть необходимое бремя, которое следует неким образом распределять между всеми членами общества, контролировать и сводить к минимуму.

Т. Веблен считал, что уровень жизни обусловлен мотивом денежного соперничества, которыми люди руководствуются при накоплении богатства, при этом как следствие возникает новый социальный институт – институт собственности. С точки зрения теоретического анализа экономической жизни современного общества, ни один культурный фактор не имеет значения,

сопоставимого с личностью и деятельностью предпринимателя. Чтобы объяснить специфические экономические явления надо встать на точку зрения предпринимателя. «Теория современной экономической ситуации должна быть, прежде всего, теорией мотивации, целей, методов и последствий развития бизнеса»[4, с.13].

Природа мотивации связывается с финансовыми соображениями, а стимулом для предпринимателя служит денежный доход, извлекаемый лично им или деловым предприятием, с которым он себя отождествляет. Конечная цель, к которой он стремится – укрепление своих прав собственности, а не эксплуатационная надежность. «Ему нужно «изобрести» такой вариант концентрации производства, который поставит его в наиболее благоприятное положение с точки зрения собственных интересов»[4, с.35].

«Чрезмерная чувствительность» к тому нечестный это или вредный для общества бизнес приводит к уходу из бизнеса или отказу от определенных его форм. Бизнесмен может действовать как в пользу, так и вопреки новой, более эффективной организации, если она не сулит ему увеличение прибыли. Поэтому он может и способствовать, и препятствовать более высокому уровню организации производства.

Мотив к эффективной организации присущ малому бизнесу в большей степени, чем крупному. Этика бизнеса служит общепризнанным ограничителем мотива денежной выгоды, но не требует отказа от нее. «Принципы бизнеса» следуют из конституирующих основ прав собственности, точнее, финансовые принципы.

Таким образом, по Т. Веблену, мотивация – это внутреннее побуждение к какой-либо деятельности. Мотивация предпринимателя – это внутреннее побуждение к деятельности, направленной на приумножение собственности, прежде всего, за счет эффективного использования средств по извлечению прибыли, для чего по мере необходимости он использует как старые, так и новые пути и инструменты.

Все большее увеличение прибыли, по Й. Шумпетеру, является показателем успеха предпринимательской деятельности, а мотивы деятельности предпринимателя Й. Шумпетер делит на три группы. Прежде всего, это мечта и воля основать свою частную империю и – в большинстве случаев, хотя и не всегда, – свою династию. Своя империя дает предпринимателю простор и чувство власти. Й. Шумпетер выделяет следующую группу мотивов: одному нужна «свобода» и «условия для развития личности»; другой хочет обладать «сферой влияния»; третий движим «снобизмом», но не станет этого делать.

Вторая группа мотивов связана с волей к победе. Сюда входят, с одной стороны, желание борьбы, а с другой – стремление к успеху ради успеха. В обоих случаях, считает Й. Шумпетер, экономическая сторона дела сама по себе для предпринимателя совершенно безразлична. Величина прибыли здесь – всего-навсего показатель успеха – зачастую только потому, что другого нет – и

символ победы. И в этой группе можно выделить такой мотив, как стремление подняться вверх по социальной лестнице. Эти мотивы поведения предпринимателя принципиально отличаются от экономических.

Третья группа мотивов связана с *радостью творчества*, которая проявляется и в других случаях, но только в *предпринимательской деятельности становится определяющим мотивом поведения предпринимателя*. Это и просто удовольствие от работы, и радость, которую испытывает человек от «своего творения». И здесь блага приобретаются не ради них самих, т.е. теряется обычный смысл их приобретения.

Таким образом, есть основания сделать вывод, что у Й. Шумпетера мотивация предпринимателя - это сложный конгломерат побуждений или стремлений, направленных на реализацию различных сторон самоутверждения при *определяющем мотиве поведения предпринимателя – радости творчества*. Это «творчество» в сфере производства, подобно художнику или артисту в сфере искусства.

Вопросы мотивации в разных экономических аспектах рассматривались экономистами ряда направлений и школ. Так Дж.М. Кейнс рассматривал ряд мотивов в контексте теории денег и их свойств: мотив ликвидности и склонность к потреблению, мотив обращения, мотив предосторожности, спекулятивный мотив, мотив, связанный с доходом, при этом выделял психологические и деловые мотивы. Он отмечал, что существуют «такие виды человеческой деятельности, для успешного осуществления которой, требуется меркантильная заинтересованность и общие условия частной собственности на капитал. Более того, опасные человеческие наклонности можно направить по сравнительно безобидному руслу там, где существуют перспективы «делать деньги» и накапливать личное богатство... Лучше, чтобы человек тиранил свои счета, чем своих сограждан»[7, с. 448-449]. Из данной цитаты следует, что главным побудительным мотивом для предпринимателя является получение высокого дохода.

Дж.М. Кейнс, во-первых, рассматривал мотивы как субъективные побуждения и, в частности исследовал мотивы, побуждающие воздерживаться от расходов. Сила таких мотивов может изменяться под воздействием экономической структуры общества и характера существующих институтов.

В рамках новой институциональной теории Р. Коуз [15] рассматривает «компенсационные» мотивы при распределении прав собственности, О. Уильямсон [13] характеризовал модели мотиваций и мотивы присущие социалистическим и капиталистическим предприятиям.

Анализ трактовок мотивации предпринимательской деятельности П. Друкера показывает, что он разделял точку зрения Й. Шумпетера в том, что не только увеличение прибыли может служить мотивацией для предпринимателя.

Психологические трактовки мотивации предпринимательской деятельности исторически уступают «пальму первенства» экономическим трактовкам, но на сегодняшний день они значительно более разнообразны,

чем экономические. Интерес к *психологическим аспектам* мотивации возник задолго до научного изучения предпринимательской деятельности. Начало изучению причин активности человека положил Аристотель в 330 г. до н. э. Он считал, что людьми движут 12 независимых друг от друга мотивов-целей: уверенность, удовольствие, накопление, величие, честь, амбиции, терпение, искренность, беседа, социальный контакт, умеренность и правота.

В 1637 г. Декарт считал, что все человеческое поведение определяется шестью основными мотивами: любопытством, любовью, ненавистью, желанием, радостью и грустью.

Современное разнообразие психологических теорий мотивации экономической деятельности можно разделить на следующие основные школы:

Школа научного управления (Ф.Тейлор, Ф. и Л. Гилберт, Г. Гантт, К. Барт и др.). Она изучает в системе мотивации реакцию человека на обязательные условия труда и его результаты, соизмеряя с ними размеры оплаты.

Классическая (административная) школа управления (Г. Эмерсон, А. Файоль, Л. Урвика, М. Вебер, Г. Форд, А.К. Гастев, П.М. Керженцев и др.) характеризуется механистическим подходом к человеку и оценке его роли в производственном процессе.

Школа человеческих отношений (М.П. Фоллетт, Э. Мэйо, К. Бернард, А. Маслоу, К.Альдерфера, М. Маккоби, Ф. Герцберг и др.). Основное внимание уделяется анализу поведения людей в процессе труда, их потребностям, отношениям на рабочих местах, а также социальным взаимодействиям и групповым процессам.

Математическая школа управления (Р. Аккофа, С. Бира, Д. Форстера и др.) связывает проблему мотивации со своими представлениями о системе. Система мотивации включает в себя совокупность элементов, объектов, явлений или процессов, упорядочность отношений между ними. Под структурой они понимают относительно устойчивую фиксацию связей между элементами системы. И если структура отражает механизм работы системы, то исследование функции и свойств системы обеспечивает понимание системных принципов, объясняет: почему система работает.

Школа управления человеческими ресурсами (Д. Макгрегор, Э. Штейн, Дж. Дуглас, С. Клейн, Д.Хант и др.). Система мотивации ориентируется на достижение групповых целей и задач на основе делегирования полномочий малым коллективам. В основу системы мотивации включаются факторы социальной карьеры и пути удовлетворения личных потребностей.

«Чикагская школа» (Т.В.Шульц, Г. Беккер). Основоположники «чикагской школы» положили начало теории человеческого капитала.

В исследовании мотивации предпринимательской деятельности к числу первых относят американского психолога Д. Макклеланда, который исследовал данную проблему в рамках мотивации достижений. Он полагал, что отличительной психологической особенностью предпринимателей является

высокий уровень мотивации достижения, которую он определял как соревнование с некими существующими стандартами. Мотивация достижения проявляется тогда, когда ситуация поведения индивида характеризуется наличием определенных стандартов, по которым оценивается успешность или неуспешность решения индивидом поставленных задач; индивид рассматривает себя как субъекта, ответственного за результаты своего поведения; достижение успеха в решении задачи не является заранее предрешенным, оно связано с определенным уровнем риска.

Теория Д. Макклелланда делала упор на мотивации, которые связаны с удовлетворением потребностей, так называемого, высшего уровня, полагая, что людям в этом смысле присущи три потребности: власти, успеха и причастности. Потребность власти выражается, как желание воздействовать на других людей. Потребность успеха также находится где-то посередине между потребностью в уважении и потребностью в самовыражении. Эта потребность удовлетворяется не провозглашением успеха этого человека, (что лишь подтверждает его статус), а процессом доведения работы до успешного завершения.

Согласно Д. Макклелланду, люди движимые высшими мотивами, заинтересованы в компании знакомых, налаживании дружеских отношений, оказании помощи другим. Люди с развитой потребностью причастности будут привлечены такой работой, которая будет давать им обширные возможности социального общения.

Для оценки выраженности мотивации достижения Д. Макклелланд использовал ТАТ (тематический апперцепционный тест) – экспертную методику, разработанную американским психологом Х. Мюрреем и модифицированную в последствии немецким психологом Х. Хекхаузенем (1988). Получаемый в результате индекс «достижение» служил количественной оценкой степени выраженности мотива. После длительной серии лабораторных экспериментов Д. Макклелланд и его сотрудники (Д. Аткинсон, Д. Винтер) пришли к выводу о том, что индивиды с высоким уровнем мотивации достижения вели себя как успешные, рациональные предприниматели. Они устанавливали для себя средний уровень трудности задач и стремились к достижению максимального успеха в их решении. Для них были характерны: позитивное отношение к ситуации достижения; стремление к решению интересных, достаточно сложных, но реально выполнимых задач; уверенность в успешном решении задачи; высокая настойчивость в достижении поставленной цели; стремление к разумному риску и отсутствие интереса к сверхсложным либо очень простым задачам; интерес к ситуации соревнования с другими индивидами и активный поиск информации о своих результатах; проявление активности, решительности и ответственности за результат в неопределенных ситуациях; повышение уровня притязаний при достижении успеха и его снижение при неудаче.

На основе полученных результатов Д. Макклелланд выдвинул гипотезу о том, что предприниматели (люди, достигшие успехов в бизнесе) имеют более высокую потребность в достижении успеха, чем профессионалы – не предприниматели. Результаты эмпирических исследований, проведенных в ряде стран, подтвердили это предположение.

В более поздних исследованиях мотивации (Д. Аткинсон, Х. Хекхаузен) стали различать мотив достижения успеха и мотив избегания неудачи. Для предпринимателя характерна мотивация на успех. По мнению многих исследователей, отличительной особенностью успешных предпринимателей является выраженное преобладание мотивации достижения успеха над мотивацией избегания неудач.

В 70-х гг. XX в. на основе мотивационных и ценностных доминант стали создавать типологию предпринимателей [8, 212]. Так Ж. Лауфер, понимая под мотивацией, самореализацию, жажду власти и независимость, выделила четыре типа предпринимателя: менеджер-новатор, предприниматель, ориентированный на рост предприятия, предприниматель, ориентированный на эффективность при отказе от роста и предприниматель-ремесленник.

Еще один вариант типологизации предложили Майлз и Сноу. Они разделили предпринимателей на четыре типа, где под мотивацией понимается склонность к инновации. Первый тип – предприниматель-проспектор, который занят чистой инновацией, то есть для него важен инновационный процесс сам по себе. Нередко он запускает инновационный проект с тем, чтобы впоследствии его продать. Второй тип - предприниматель-новатор тоже уделяет большое внимание инновациям и НИОКР, но в отличие от предыдущего типа склонен выжимать проект до конца. Третий тип - предприниматель-подражатель, как следует из названия, экономит средства и довольствуется регулярным внедрением уже существующих инноваций. И наконец, четвертый тип – предприниматель-реакционер имитирует инновации других, но только тогда, когда его к этому вынуждает рынок.

Последняя группа представленной типологии представляется ущербной, поскольку, предприниматель-подражатель и предприниматель-реакционер не создают инновации, внедрение чужих инноваций уже не инновация, а причина имитации не имеет принципиального значения по отношению к инновациям.

Другие типологии мотивации предпринимателей основываются на предпринимательских целях, типах предпринимательского поведения, и др. Завершая воспроизведение типологий на основе мотивации, следует отметить, что, хотя типологический подход, безусловно, полезен в изучении предпринимательства, но он не самоценен. Любая классификация или типология есть средство объяснения или доказательства какого-либо логически следующего обобщающего шага или вывода. Любая типология должна быть вписана в более общий содержательный контекст.

Существенное влияние на разработку проблем мотивации оказали также классики *социологии*, как М. Вебер, Э. Гидденс, Э. Дюркгейм, Г. Зиммель, Т. Парсонс, Э. Фромм, А. Шюц и другие авторы.

Большой интерес вызывает критика эгоистической экономической мотивации Т. Парсонса, которая изложена в работе «Мотивация экономической деятельности» (1940) [12, с. 334-338]. Критика, данная Т. Парсонсом, представляется наиболее релевантной по отношению к тем положениям, которые предполагается использовать в данном исследовании. Т. Парсонс, признавая достоинства модели мотивации экономической деятельности, где основное действующее лицо – это бизнесмен, действующий в рамках эгоистического интереса, является приемлемой основа для общей теории мотивации человеческого поведения, учитывая экономическую и профессиональную сфера.

А. Шюц – как более современный в названной плеяде социолог, изучая мотивы действий, указал на их субъективность и относительную малодоступность для исследователей, поскольку они погружены в глубинные слои человеческого сознания и направлены на неопределенное будущее.

Анализ проблемы мотивации опять указывает на сложности, вытекающие из риторики. Следует заметить, что термины «мотив», «мотивация», «мотивирование» используются как в общекультурном лексиконе, так и в лексиконе разных профессиональных и научных сфер, прежде всего, в сферах экономической, психологической, философской и менеджмента. В большинстве случаев смысл понятий не совпадает с общекультурным значением, есть различия по профессиональным сферам. Например, «мотивирование» в философском лексиконе означает аргументацию, скрывающую истинные мотивы совершенных действий, в менеджменте «мотивирование» означает стимулирование, а стимулирование в экономической теории трактуется как условие привлечения к тем или иным действиям (к труду) или фактор воздействия на мотивацию.

В связи с переходом проблематики предпринимательства из экономического предметного поля исследования в предметное поле управления или менеджмента, отметим следующий терминологический аспект. Если мотив понимается как внутреннее стремление или побуждение, то внешние факторы, вызывающие его к жизни на экономическом «языке» назывались стимулами – условиями привлечения людей к труду. В литературе по менеджменту действия, направленные на привлечение людей к труду, часто называется мотиваторами, мотивированием или созданием мотивации. Мотивирование или создание мотивации определяются через стимулирование, а мотиваторы тождественны стимулам. В дальнейшем остановимся на варианте, где под мотивами или мотивацией будем понимать внутренние побуждения, а внешние факторы воздействия на мотивы будем называть стимулами или стимулированием, поскольку данное исследование

выстраивается в экономическом дискурсе, то будем придерживаться экономической терминологии.

Т. Парсонс подвергает сомнению тезис о том, что реализация эгоистического интереса, связанного с максимизацией дохода является прямым и единственным выражением изначальных движущих сил человеческого поведения. Нет оснований считать, что «эгоистический интерес» всегда прост и очевиден. Напротив, преследование этой цели вполне совместимо с очень большими различиями в глубинных мотивах. «Экономическая мотивация» [12, с. 333] – это вообще не категория мотивации или психологии как таковой, а скорее точка, в которой для ориентации в определенном типе ситуации сходятся множество различных мотивов. Соответственно, «экономическое поведение» – это не результат единообразия человеческой природы, а следствие определенных особенностей структуры социальных систем действия, которые, в свою очередь, подвержены институциональным изменениям.

Мотивация рассматривается Т. Парсонсом как сложная институциональная модель, в которой важны два ментальных начала личности и организация их взаимодействие:

во-первых, нравственные начала каждой личности через полномочия, права и признания статуса других или стратификацию;

во-вторых, эгоистические начала, приносящие «удовлетворение» включают 1) самоуважение, 2) признание, 3) утилитарность или меркантильность – стремление «из него что-то извлечь» как классический способ интерпретации значения денежных прибылей, 4) удовольствие как общее личностное равновесие индивида, 5) эмоциональная привязанность к другим людям;

в третьих, две названных составляющих мотивов – нравственная и эгоистическая между разными людьми составляют организацию взаимоотношения или институт.

Таким образом, в институциональной системе мотивации, утилитарный мотив входит в один из пяти эгоистических элементов, изначальных движущих сил по «удовлетворению», которые в свою очередь включены в один из трех уровней модели. Содержание эгоистической мотивации, конкретные объекты человеческих интересов стремятся соблюдать свои интересы, а также подвергать их изменениям. Конкретное направление эгоистически ориентированной деятельности и ее социальные последствия зависят от критериев, на которых основано признание, а также от того, что считается общепризнанным символом престижа и статуса. Все это точно также относится к тому, что обычно называют «экономическими интересами», как и любые другие интересами.

Итак, будем исходить из того, что мотивация как предпринимательской, так и интрапренерской деятельности есть особый тип мотивации труда, т.е. предпринимательская деятельность – это вид труда. Такой вывод вытекает не только из теоретических построений, но и из

содержания институционально правовой базы предпринимательской деятельности в РФ. В первой части Гражданского Кодекса РФ (п. 1, ст. 2) [1] дано комплексное определение сущности предпринимательской деятельности, как самостоятельной деятельности, осуществляемой на свой страх и риск, направленной на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг лицами, зарегистрированными в этом качестве в установленном законом порядке. В соответствии с понятием предпринимательской деятельности, трактуемом ГК РФ, можно выделить несколько характерных черт и особенностей предпринимательской деятельности в России: 1) это самостоятельная деятельность дееспособных граждан и их объединений. Никто не может заставить принудительно заниматься этой деятельностью; 2) это инициативная деятельность, направленная на реализацию своих способностей и удовлетворение потребностей других лиц и общества; 3) это деятельность рисковая, поэтому будущий предприниматель должен будет рисковать и преодолевать сопротивление среды; 4) это не разовая сделка, а процесс, направленный на систематическое извлечение прибыли (дохода) законным путем, так как получить прибыль можно при условии профессиональной и компетентной деятельности; 5) это деятельность, осуществляемая лицами (физическими и юридическими), зарегистрированными в установленном законодательством порядке в качестве индивидуальных предпринимателей или юридических лиц; 6) это мотивированная деятельность — получение прибыли от выполнения работ (услуг), пользования имуществом, продажи товаров.

Рассматривая труд как первостепенную, наиболее значимую деятельность для воспроизводства жизни человека, можно построить следующую содержательную логику.

Для удовлетворения потребностей человека (эгоистического интереса) следует создавать блага или продуктивно трудиться, целенаправленно затрачивая рабочую силу, включая управление как вид труда. Логично предположить, что должно быть внутреннее побуждение к этому процессу или труду, с учетом всех тех оговорок, о которых упоминал Дж.С. Милль (отвращение к труду либо отвращение к богатству). Мотив трудиться проявляется сообразно способностям и уровню разделения труда в обществе. Мотив трудиться целесообразно рассматривать как источник саморазвития экономики и человеческого общества в целом. Институционально-социальные рамки, в которые попадает человек или находится, представляют собой стимулы - позитивные и негативные, определяющие возможности реализации этого внутреннего побуждения или мотива трудиться. Если деятельность по созданию нового (процесса или блага) рассматривать как творческий труд, то мотивация предпринимателя – это мотивация труда особого рода (творческого или креативного), создающего инновации. Для предпринимателя в традиционном смысле результатом труда будет новый продукт, новая потребность, новое рыночное пространство, а для интрапренера – это новое в

процессе управления, образования (обучения, воспитания), лечения и пр., все то, что укрепляет конкурентные позиции производителя на уже имеющемся, сложившемся рынке.

Обратимся к определениям «мотивации труда» и воспроизведем хотя бы часть из них на основе интернет-ресурсов.

1. Мотивация труда – это *стремление работника удовлетворить потребности (получить определенные блага) посредством трудовой деятельности.*

2. Мотивация труда – *совокупность движущих сил, которые побуждают человека к осуществлению определенных действий; система факторов, вызывающих активность человека и определяющих направленность его поведения.*

3. Мотивация труда – *совокупность внутренних и внешних движущих сил, побуждающих человека к деятельности, направленной на достижение определенных целей*[2].

4. Мотивация труда – *стремление работника удовлетворить свои потребности посредством трудовой деятельности*

5. Мотивация труда – *основа высокопроизводительной работы.* В этом качестве она представляет *базу и суть трудового потенциала работника.* Потенциал труда формируется из психофизиологического потенциала (способностей и склонностей человека), а также личностного (мотивационного) потенциала.

6. Мотивация труда – *это стимулирование работника или группы работников к деятельности по достижению целей предприятия через удовлетворение их собственных потребностей.*

7. Мотивация труда – *важнейший фактор результативности работы,* и в этом качестве она составляет основу трудового потенциала работника, т.е. всей совокупности свойств, влияющих на производственную деятельность

8. Мотивация труда – *это система мер, цель которых - создать у работников стимулы к труду и побудить их работать с полной отдачей.* Поведение человека определяется множеством мотивов.

9. Мотивация труда – *одна из важнейших функций управления людьми.*

10. Мотивация – это *органическая часть процесса управления, посредством которого человеческая энергия преобразуется в определенное поведение, ожидаемым результатом последнего являются эффективные совместные действия, реализующие планы организации* [10, с. 253].

Из некоторых определений неясным остается, почему именно так определяется «мотивация труда», например, определения 2,3, поскольку на «труд» в них ничто не указывает. В лучшем случае – это определение мотивации вообще. В оставшихся определениях явно следует, что мотивация связывается с «работником» или человеком выполняющим «работу», а через него с мотивацией труда. Но эта связка осуществляется по-разному. Одни исходят из того, что человек выполняет работу потому, что у него есть

стремления, движущие силы, побуждения, личностный потенциал (1,4,5), т.е. некая внутренняя сила заставляет его трудиться. Другие дают определение мотивации труда через «*систему мер*», воздействующих на процесс труда или результат труда через стимулирование, управления, и проч. влияние (6-10). В данном случае мотивация труда представляется как внешняя сила по отношению к человеку и его поведению.

Выполняя данное задание в рамках своих профессиональных компетенций, основой которых являются способности человека, работник игнорирует свои природные способности и пытается ориентироваться только на внешние факторы, например, такие как престиж, моду в профессиях, спрос на рынке труд, внешнюю атрибутику, он не будет обладать высоким уровнем профессиональных компетенций, его удел быть посредственностью. Если рациональный продавец ориентируется на максимальную прибыль, рациональный покупатель на максимальную полезность, по рациональный продавец своей рабочей силы должен ориентироваться на максимальную реализацию своих способностей. Только в этом случае каждый из них получит максимальной удовлетворение от труда и той социальной роли или функции, которую они исполняют. Как отмечал А. Маслоу, человек должен стать тем, кем он *может стать*, а не тем, кем хочет или должен [9, с. 157]. Чем большее совпадение способностей, мотивов и реального рода деятельности, тем более значимым этот процесс для человека, и тем более широкому спектру мотивов труд служит удовлетворением.

Но с течением времени была подмечена другая, диаметрально противоположная черта. П. Друкер подмечает особенность современной жизни, когда принципиально изменилось качество труда, он стал в основе своей умственным и не требует от людей больших физических сил. Люди, вышедшие на пенсию, хотят продолжать работать (концепция второй карьеры), но не только ради заработка, а ради интересной работы. Потому что работа нужна для общения, когда дети выросли и дом опустел, для дополнительного дохода, который не помешает. Но главное им нужна интересная работа, которая увеличивает продолжительность трудовой жизни, открывает новые возможности как лично для человека, так и для общества [5, с. 252-254].

Человечество не отказываться от труда и даже не стремиться сводить его к минимуму, поскольку он источник не только всех материальных и нематериальных благ, но и других важных жизненных устремлений, в противном случае оно лишится всего.

Так, Ф. Энгельс признавал, что производство и воспроизводство непосредственной жизни бывает двоякого рода. С одной стороны – производство средств к жизни: предметов питания, одежды, жилища и необходимых для этого орудий; с другой – производство самого человека, продолжение рода. Общественные порядки, при которых живут люди определенной исторической эпохи и определенной страны, обуславливаются обоими видами производства: степенью развития, с одной стороны – труда, с

другой – семьи [14, с. 26]. Мальтус считал, что импульсом жизни является «иррациональная страсть к размножению». В условиях старения населения в современных цивилизованных странах преобладает рациональный импульс труда.

Труд как бремя имел место тогда, когда он был тяжелым, в основе своей физический. Труд умственный и творческий был трудом избранных. В современных условиях труд умственный становится нормой в производстве и все более определенно можно говорить о том, что удовлетворение трудом и жизнью в социальном смысле тождественны. Рациональный импульс жизни не эгоизм, а труд.

Если еще раз обратиться к высказыванию Ф. Энгельса, что общественные порядки, при которых живут люди определенной исторической эпохи и определенной страны, обуславливаются степенью развития двух видов производства, с одной стороны – труда, с другой – семьи, то можно уточнить, что «производства труда» преобладает над «производством семьи» в условиях старения населения в современных развитых странах.

Поэтому, для того чтобы определить мотивацию труда как определенный тип мотивации в рамках экономической деятельности, будет правильным использовать определения мотивации труда через внутренние побуждения. Внешняя среда может лишь способствовать либо препятствовать проявлению внутренних побуждений. «Конструирование» внешней среды или создания условий во внешней среде для более полной реализации тех или иных побуждений, мотиваций труда, будем считать по экономической трактовке стимулированием, т.е. созданием условий для привлечения людей к труду.

Различие места и роли предпринимателя, его мотивации в разных обществах зависит не от различий преобладающих внутренних побуждений или типов мотивов (или их соотношения) – страсть к преумножению богатства и антагонистических мотивах отвращение к труду, желание поскорее насладиться дорогостоящими излишествами (по Дж.С. Миллю), или эгоистических начал, приносящих «удовлетворение» (по Т. Парсонсу), а от институциональных моделей социального действия, позволяющим развиваться и проявляться разным устремлениям. В любом обществе «эгоистический интерес» обуздан институциональным каркасом той или иной модели. Ориентация на высокую прибыль в капиталистической экономике мало связано с прямым действием элементов эгоистического интереса, мотивацией типичного индивида. Она связана с особой институциональной структурой, которая сложилась в странах, где господствующими являются рыночные отношения.

В воспроизведении адекватной современным условиям теории мотивации предпринимательской деятельности, целесообразно отказаться от идеи односложности мотивации в содержательном контексте. Следует согласиться с тем, что наиболее распространенным замечанием в адрес теории мотивации предпринимательской деятельности является нежелание

выйти за рамки функционирования эгоистического интереса (единственной мотивации), что не позволяет интегрировать в экономическую теорию поведенческую составляющую предпринимательского феномена как стремление к инновациям.

Для объяснения разнообразия мотиваций необходимо воспользоваться таким теоретическим конструктом или гипотезой, которые бы сформировали базовую модель мотивации абстрактного субъекта экономической деятельности. Но модель мотивации не должна быть предельно общей или абстрактной, «неразделяемое» на составляющие элементы или понятия. Она должна быть как некий синтез или «фокальная точка», способна отражать некий спонтанно выбираемый, в конкретной ситуации вариант поведения, который позволяет идентифицировать экономических субъектов их либо как собственников, менеджеров либо предпринимателей. Такой подход корреспондируется более всего с новой институциональной теорией [11, с. 23].

Рассматривая мотивацию предпринимательской деятельности по логике мотивации экономической деятельности, следует уточнить, что мотивация экономической деятельности есть средство реализации эгоистического интереса, включает в себя некое ядро мотивов, где мотив удовлетворенности трудом является сложным самим по себе. Переплетаясь и взаимодействуя, мотивы разнообразят формы проявления мотивации труда у разных людей, а кроме того в зависимости от меняющейся внешней ситуации, возраста, состояния здоровья, темперамента и прочего меняется мотивация одного и того же человека. Мотивация труда, таким образом, не носит завершенного, законченного характера, она меняется и поэтому существует потенциал для воздействия на неё, т.е. на поведение человека (это теоретическое и практическое пространство для стимулирования).

Мотивация предпринимательской деятельности как мотивация особого вида труда (разработка и реализация инноваций), представляется комплексом внутренних побуждений, и может быть отражена с помощью институциональной модели, где в спонтанно сложившихся мотивах выделяется доминирующий или преобладающий мотив.

Реализация экономической мотивации должна принести удовлетворенность трудом как основы воспроизводства жизни, но с разными доминирующими предпочтениями. Так для предпринимателя – бизнесмена приоритетным направлением эгоистических начал, названных утилитарностью или меркантильностью, или стремление «что-то извлечь» как классический способ интерпретации значения денежных прибылей будет преумножение собственности. Для мотивации предпринимателя-менеджера ведущим будет мотив самоуважения и возможно важным будет мотив эмоциональной привязанности к другим людям, реализуемым в риске, в мотивации предпринимателя – инноватора, в узком, специальном смысле доминировать будет признание его способностей к творчеству или

инновациям. Все три типа мотиваций: бизнесмена, менеджера и предпринимателя – включают мотив удовольствия как общего личностного равновесия индивида. Отсутствие всех трех перечисленных доминант можно рассматривать как мотивацию исполнителя. В мотивации работника эгоистические начала максимизации утилитарности простираются гораздо в меньшей степени, чем в мотивации собственника. Работник, как правило, занимая нишу в системе разделения труда, он связывает себя с определенной профессией или профессиональной сферой деятельности. Собственник, менеджер и предприниматель безразличны к профессии, они будут заниматься тем, где, по их мнению, или интуиции он может в наивысшей степени реализоваться имманентные им мотивы (прибыли, преодоления риска или инновации) в данный момент. Поэтому, продав один бизнес, например, производство пива, покупается другой – гостиничный, или, продав торговую сеть по реализации модной одежды, покупается птицефабрика и проч.

Литературные рассуждения можно формализовать следующим образом.

Мотивация предпринимательской деятельности U есть функция от эгоистических мотивов удовлетворенности трудом.

$$U = f(x_1, x_2, x_3, x_4, x_5) \quad (1)$$

где

x_i - эгоистические мотивы удовлетворенности трудом:

x_1 – получение денег как средств к жизни;

x_2 – приумножения собственности;

x_3 – инновации;

x_4 – удовольствия как общего личностного равновесия;

x_5 – риск в управлении.

Будем считать, что установлено уравнение полиномиальной регрессии для функции U в виде:

$$U = k_1 x^{m_1} + \dots + k_5 x^{m_5} = 1 \quad (2)$$

где

$k_i = 1$ - сумма весовых коэффициентов.

При $m_i = 1$ (степень всех аргументов равна единице), уравнение полиномиальной регрессии становится уравнением линейной регрессии и будет иметь вид

$$U = k_1 x_1 + \dots + k_5 x_5 = 1 \quad (3)$$

Согласно изложенной выше логике, данная модель идентифицируется как модель мотивации предпринимателя, когда

$$k_3 \geq k_1 + k_2 + k_4 + k_5 \quad (4)$$

То есть весовой коэффициент «к₃» обладает свойством абсолютной доминанты. Если же k_3 не обладает свойством абсолютной доминанты, то такая модель будет одной из моделей мотивации, явно выраженная в случае другой доминанты:

k_1 – полного безразличия чем заниматься, главное, чтобы иметь высокий доход;

k_2 – мотивация бизнесмена собственника;

k_4 – мотивация работника-исполнителя ;

k_5 – мотивация менеджера.

Если же доминанты не выражены, то многое будет зависеть от внешних обстоятельств, скорее всего, здесь возможна ситуация посредственного бизнесмена, менеджера, работника. Численное значение доминанты ≥ 5 при условии, что сумма весовых коэффициентов k_i равна единице. «Вес» коэффициентов определяется экспертным путем.

На первый взгляд может показаться, что данная формализованная модель не реалистична потому, что очень небольшое количество людей могут выделить в своей экономической мотивации такую доминанту. Однако по статистике из общего числа граждан только 5–7 % способны к предпринимательству. Это те, кто обладает определенными психофизическими характеристиками, способностью воспринимать информацию, быстро принимать решения, твердую волю и интуицию. Предпринимательство – это творческая экономическая «профессия», требующая своеобразного образа жизни, имеющая свою специфичную философию.

Представленная институциональная модель позволяет понять, почему в условиях неразделенности функций бизнеса, менеджмента и предпринимательства, разные бизнесмены проявляют себя по-разному: один удовлетворяется средними показателями и стандартными действиями и сферами, другой проявляет чудеса управления, другой завоевывает новые рыночные пространства.

Но структуру мотивации, как и конкретные объекты человеческих интересов не следует рассматривать как постоянные при сколько-нибудь широком уровне обобщения допустимого в экономической науке. Это означает, что при объяснении поведения людей следует принимать во внимание не только тот факт, что люди стремятся следовать своим внутренним побуждениям, удовлетворения своих эгоистических начал, но и то, что их комбинация изменяется и постоянно подвергается изменениям под воздействие внешних факторов. Эти изменения следует рассматривать не как нечто произвольное по отношению к социальной структуре, а в зависимости от критериев, на которых основано признание в обществе, от того, что считается общепринятым символом престижа и статуса, добра и зла и пр. Все это влияет на мотивацию и предпринимательской деятельности и мотивацию труда работника.

Поскольку интрапренерство было определено как интернализация функций создания нового в границах фирмы или корпорации, то мотивы преумножения собственности и риска управления становятся для него опосредованными. Здесь в чистом виде проявляется мотивация к инновации и, как показывает анализ социально-культурных практик, сферой интрапренерства

являются внутренние процессы управления, в которых интрапренер реализует свой инновационный подход.

Таким образом, в работе представлена логика экономических трактовок предпринимательской деятельности относительно основной ее компоненты мотивации к инновациям.

Список литературы

1. Гражданский Кодекс РФ, Часть 1.
2. Аверин Ю.П., Слепенков Н.М. Основы теории социального управления. – М., 2000.
3. Блауг М. определил Методология экономической науки или, как экономисты объясняют. М.: НП «Журнал Вопросы экономики», 2004.
4. Веблен Т. Теория делового предприятия. – М.: Дело, 2007.
5. Друкер П.Ф. Задачи менеджмента в XXI веке. Гл. V Вторая половина вашей жизни. М.: Издательский дом «Вильямс», 2007.
6. Канапухин П.А., Хаустов Ю.И. Гинезис научных представлений об экономических интересах //Вестник ВГУ, Серия: экономика и управление, 2005, 3.
7. Кейнс Дж.М. Общая теория занятости, процента и денег. М.: Изд-во Прогресс, 1978.
8. Кислин Д.В. Основные подходы в исследовании феномена предпринимательства (на основе обзора зарубежной литературы) Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского экономика и финансы, 2008, № 6.
9. Маслоу А. Теория мотивации человека/ Классики теории государственного управления: американская школа/ под ред. Дж. Шафритца, А. Хайда. – М. Изд-во МГУ, 2003.
10. Румянцева З.П. Общее управление организацией. Теория и практика. – М.: ИНФРА-М, 2006. – 304 с.
11. Олейник А.Н. Институциональная экономика. – М. ИНФРА-М, 2000.
12. Парсонс Т. «Мотивация экономической деятельности»/О структуре социального действия. – М.: Академический Проект, 2000.
13. Уильямсон О. Экономические институты капитализма. СПб, Лениздат, 1996.
14. Энгельс Ф. Происхождение семьи, частной собственности и государства. Маркс К., Энгельс Ф. Соч. Т.21.
15. Coase R. The Problem of Social Cost // Journ. Law a. Econ. 1960. Vol.3.