

Мотивационная типология российского предпринимательства

Анна Мухачева^{1,*}

¹Кемеровский государственный университет, Кемерово, Россия

Информация о статье

Поступила в редакцию:
05.12.2016

Принята
к опубликованию:
15.05.2017

УДК 331.101.3
JEL L 26

Ключевые слова:

предприниматель, мотива-
ция труда, мотив, руководи-
тель-собственник, наемный
менеджер, рискованность,
хозяйственность.

Keywords:

entrepreneur, labor motivation,
motive, head-owner hired
manager, risk, thrift

Аннотация

Представлен анализ мотивов предпринимательской деятельности в России. Рассмотрены исследовательские подходы, предложены авторская классификация мотивов и типология предпринимателей. Показаны результаты исследования различий в мотивации труда руководителей-собственников и наемных менеджеров, проведенного методом опроса 100 руководителей г. Кемерово.

Motivational typology of russian entrepreneurship

Anna Mukhacheva

Abstract

This article analyzes the motives leading of the people to "bumpy" entrepreneurial path in modern Russia. The text presented a comprehensive analysis of the results of various studies of the business motivation in recent years, the author formed a list of key features and its differences from the motivation of labor hiring. The article also presents the results of its own studies of differences in work motivation of owners-managers, hired managers, conducted by surveying 100 executives Kemerovo, half of whom are entrepreneurs, and the other half - are employed. The findings disproved the basic research hypothesis that the owners-managers are different from hired managers greater riskiness and thrift, however, revealed a high heterogeneity in the distribution business assessments. At the end of the article the author proposes a classification of motives of entrepreneurial activity, developed in conjunction with local businesses, as well as relevant entrepreneurial typology. According to the results, motivation of entrepreneurs based on liberty, economic motives, creation motives. A significant motivation for entrepreneurs is also a motive externality (family and children, care for others and society). This motif is typical for entrepreneurs much more than for employees. Almost all managers-owners vehemently deny the existence of the state of motivation (passion, excitement, thrill), which seems at first glance surprising, because who if not employed in their theory may be experiencing. Perhaps this is due to the serious economic problems of the last time in Russia that affected the lives of entrepreneurs is

* Автор для связи: E-mail: oblakkko@mail.ru

DOI: dx.doi.org/10.24866/2311-2271/2017-3/79-90

much stronger than on the lives of employees. Author's typology of entrepreneurs includes the following varieties: owners-manager of the of economic type, externalities owners-manager, lover of freedom, gambler, creator, dominator, public figures.

Введение

Экономическое отставание современных российских предприятий от конкурентов на Западе обуславливается, помимо прочих факторов, низкой предпринимательской активностью граждан нашей страны, в глазах которых собственный бизнес по-прежнему ассоциируется со спекуляцией и неэтичными методами. Изучив и систематизировав мотивы предпринимательской деятельности, можно существенно повысить эффективность государственных программ в области поддержки начинающих и действующих предпринимателей, выявляя потенциальных бизнесменов уже на этапе обучения.

Дефиниционные основы мотивации труда

Вопросы мотивации изучают представители различных наук: управленцы, социологи, экономисты, психологи, юристы и др. Мотивация определяется ими как сложный процесс смыслообразования поведения человека, представляющий собой взаимодействие объективных и субъективных моментов, в той или иной степени изменяющих и формирующих поведение [1], а также совокупность и процесс образования мотивов поведения человека в конкретной ситуации [2].

Категория «мотивация» тесно связана с понятием «мотив» – образом желаемого человеком блага, которое придет на смену потребности при условии, если будут выполнены определенные трудовые действия [3]. Трактовка «мотива» соотносит это понятие либо с потребностью (драйвом) (Ж. Ньютен, А. Маслоу), либо с переживанием этой потребности и ее удовлетворением (С.Л. Рубинштейн), либо с предметом потребности [4].

История изучения мотивации предпринимательской деятельности

Несмотря на обильный интерес к теме мотивации труда вообще, мотивация предпринимательской деятельности по-прежнему остается малоизученной сферой теоретических и эмпирических исследований. Для системы социально-экономического развития предприниматель – незаменимый элемент, так как он создает новые рабочие места, обеспечивает благосостояние населения, удовлетворяет спрос граждан на различные блага и услуги, определяет их качество и ассортимент. Неспроста предпринимательство выделяют как четвертый фактор производства наряду с землей, трудом и капиталом (Людвиг фон Мизес, Фридрих Август фон Хайек). Без этого ресурса все остальные теряют смысл и остаются невостребованными для производственной деятельности. Предпринимательство остается той самой агрегирующей силой, которая аккумулирует все прочие блага для дела, действия и успеха. Предприниматели имеют наиболее высокую мотивацию к достижению успеха, а также средне-высокую склонность к социальной ответственности, решают реальные экономические проблемы.

Все это очевидно для западных стран, но только не для России, где образ предпринимателя по-прежнему ассоциируется со спекулянтом, наживающимся на населении и государстве. Предпринимательство ставится в оппозицию стандартному для большинства пути профессионального развития как наемного

работника, является веткой нетрадиционного движения по карьере, обучение которому в большинстве вузов не предусмотрено федеральными образовательными программами. А потому сущность данной профессии для многих людей остается теоретически непостижимой, часто овеяна предрассудками.

Вопросы мотивации предпринимателя начал изучать в конце 19 в. Уильям Джемс (1842–1910), психолог и философ американского происхождения. Исходя из названия профессии предприниматели начинают свою карьеру, желая непосредственной возможности предпринимать некие действия, способности создавать продукты и влиять на окружающую действительность. Как правило, эти люди по своей внутренней природе имеют предрасположенность к предпринимательской деятельности – внутреннюю позицию человека относительно возможности использования тех или иных объектов окружающего мира. При этом все «интрепренеры», как называют предпринимателей на Западе, осознают, что доходы – хоть и значимая ценность, но не конечная самоцель. Нельзя сказать, что предпринимательская деятельность нацелена только на расширение потребления, ибо специфика этой деятельности противостоит любому гедонизму.

Мотивы предпринимательской деятельности и основные черты предпринимателя

Исследователи выделяют следующие группы мотивов предпринимательской деятельности: экономические, социальные, психологические, физические, гуманистические. Кроме того, предпринимательская деятельность обладает рядом особенностей. Это стремление к победе, деловая направленность, склонность к риску, внутренняя локализация контроля [5]. О.С. Дейнека добавляет к этому списку и эмоциональную стабильность [6].

Предпринимательская деятельность неразрывно связана с творчеством, и в этом смысле ее мотивации следующие: самовыражение, ясность задачи и осознание ее значимости для бизнеса или общества, наличие обратной связи от клиентов, конкурентов, государства, и пр. Предпринимательство часто основано на технологическом лидерстве, главными мотивами которого являются возрастающие возможности фирмы и отрыв от организаций-конкурентов, более высокая производительность труда и квалификация персонала, преимущества первопроходца, содействие общемировому техническому прогрессу [7].

В России зарождение предпринимательской деятельности в период распада СССР было сопряжено с несколько иными мотивами. На первом месте стоял мотив удовлетворения биологических потребностей, стремление к скорому обогащению. В тот период нередко состояния предпринимателей «сколачивались» на хаосе, общественном сумбуре, наблюдаемом тогда в стране, на потере бдительности граждан. Другим мотивом деятельности «новых русских» времен перестройки было стремление к независимости от государства и чиновников и только третьим – желание предпринимателя создать что-то новое, претворить в жизнь свои замыслы. Довольно часто предпринимательской деятельностью россияне начинали заниматься случайно, в силу обстоятельств.

Какими бы ни были мотивы начать свое дело, у всех предпринимателей единая цель. Как справедливо пишет Г.В. Черкасов, «именно доход, в конечном счете, становится и оценкой успеха, и психологическим стимулом предпринимателя» [8]. Однако методы достижения этой и других целей, сопряженных

с предпринимательской деятельностью, зависят от ведущих мотивов конкретного предпринимателя, собственника бизнеса.

Известен ряд отечественных исследований, посвященных изучению мотивации предпринимательской деятельности. Например, П.К. Власов считает, что личности предпринимателей отличают когнитивные способности и познавательный потенциал; эмоциональные характеристики, воображение, интуиция; воля и личная энергия; устойчивая мотивация к достижению цели [9].

О.С. Дейнека утверждает, что в сфере коммуникаций предпринимателям свойственны низкая эмпатийность и аффилиация, высокая толерантность к отвержению. Другими качествами предпринимателей являются высокая самооценка, точность перцептивной оценки, аналитичность мышления, полнезависимость (акцент на собственной цели), высокая автономность, объективный подход к оценке проблем, высокая критичность и отчужденность [6].

Согласно В.Н. Дружинину, основными чертами предпринимателей являются высокий интеллект, доминирующие потребности, индивидуальность, активность и творческий подход [10]. По мнению исследователя Восточной и Западной Германии М. Фрезе (2006 г.), для предпринимателей характерно стремление к независимости, готовность к риску, конкуренции, мотивация достижения [11].

Ряд исследователей показали, что главным мотивом для предпринимателей было стремление к самоактуализации, а вовсе не к финансовой независимости, и не экономическая нестабильность. Даже в сложных политико-финансовых условиях того времени не каждый решался начать собственный бизнес, а только те, кто имел к этому природную предрасположенность (обладал логичностью мышления, склонностью к риску и пр.). Как отмечают исследователи, мужчины стремились обрести финансовую независимость, найти новые возможности, а женщины – скорее сохранить стабильность в неопределенной, быстро изменяющейся ситуации, сберечь ранее заработанное. Склонность к риску у мужчин опережает аналогичную тенденцию в деятельности женщин-предпринимателей [10].

Следовательно, основным мотивом деятельности предпринимателей явилось стремление к самовыражению, «аномально» акцентуированное у данной профессиональной группы вопреки иерархическому закону действия потребностей Маслоу. Выходит, предприниматели – это своего рода социально-экономические девианты, что и обуславливает их незначительное количество по сравнению с другими профессиональными группами. По данным Фонда общественного мнения, только 8 % населения рассматривают возможность предпринимательской инициативы, примерно 6 % опрошенных совершали конкретные шаги в этой сфере.

Обобщенное представление результатов исследований мотивации предпринимательской деятельности

В процессе анализа различных исследовательских подходов выявлен ряд особенностей мотивации предпринимателей.

1. *Преобладание внутренней мотивации над внешней (внутреннего локус-контроля над внешним)*. Данный факт доказан исследованиями Е.М. Мако-ты, А.Е. Туякбаевой, Г.В. Черкасова [5, 8]. Предприниматели движимы собственными мотивами в своей деятельности, проявляют особую независимость в поступках и целеустремленность в достижении цели.

2. *Развитая потребность в успехе.* Формальный успех крайне важен для предпринимателя, он стремится максимально расширить ареал своего влияния, задействовать своими решениями как можно больший круг проблем, людей и событий.

3. *Отсутствие доминирующего стремления к денежному обогащению.* Е.М. Макота констатировал более широкий перечень потребностей предпринимателя по сравнению с наемными работниками, несмотря на то, что он стремится к расширенному удовлетворению каждой из них, включая материальные.

4. *Выдающиеся личные и профессиональные качества.* Предприниматели должны обладать особыми личностными и профессиональными качествами для удержания достигнутого уровня развития как самого себя, так и своей организации. Все исследователи отмечают высокий интеллект и деловую хватку предпринимателей, умение прогнозировать и оперативно принимать решения, объективность рассуждений и эмоциональную устойчивость. Предприниматели обладают также повышенной эксцентризацией – способностью брать на себя с чрезвычайной настойчивостью потребности другого индивида или социальной группы.

5. *Влияние на трудовую мотивацию психологической зрелости.* Приходящая с опытом и стажем работы психологическая зрелость преломляет видение собственных трудовых мотивов предпринимателей, возглавляющих собственный бизнес. Исследование Е.С. Колмогоровой, Е.М. Макоты подтверждают, что по мере роста психологической зрелости у руководителей-собственников снижается влияние мотива власти и внешней мотивации, они все меньше стремятся подчеркивать свое превосходство.

6. *Слабое влияние внешней отрицательной мотивации.* Предприниматели в меньшей степени, чем наемные работники, испытывают страх наказания, увольнения, потери работы, неодобрения и т.д. Это определяет их в целом более жизнерадостное поведение, оптимизм в отношении будущего. Однако высокая ответственность не позволяет оценивать их как более легкомысленных и беззаботных, так как масштаб потерь у них гораздо серьезнее. Негативные санкции относительно этих категорий людей ограничиваются также вследствие высокого самоуважения (они, как правило, в меньшей степени готовы терпеть понукания начальства и неуважительное к себе отношение).

7. *Стремление к самовыражению, самоактуализации* (главный мотив). Все исследователи склоняются к тому, что именно потребность в самовыражении становится основополагающим мотивом деятельности. Зачастую эта потребность более актуальна, чем неудовлетворенные биологические или социальные потребности (хотя с последними, по результатам исследований, у предпринимателей все в порядке). Создание чего-то нового, служение обществу – вот то, что по-настоящему мотивирует к действию.

8. *Стремление к немедленному удовлетворению потребностей.* Предприниматели склонны реализовывать свои задумки сразу же, без длительного ожидания. Они «здесь и сейчас» изменяют свою жизнь к лучшему, а потому имеют более красочную и полную жизнь, приносящую удовольствие. У наемных работников ситуация в корне иная: собственные желания и потребности они часто вынуждены вынашивать втайне, страх что-то изменить в жизни приводит их к фрустрации и негативному отношению к будущему. Зачастую они сами являются создателями своей «тюрьмы», но продолжают охранять ее. Как

справедливо указывал Ф. Хайек, свобода не только не всем нужна, но и для кого-то жизненно опасна.

9. *Высокая готовность к риску (экономическому и психологическому)*. Предприниматель рискует всем своим имуществом, состоянием, связями, репутацией, идеей, а самое главное – жизнью своего «детища». Банкротство фирмы, как смерть маленькой мечты, связано не только с убытками на предпринимательском «теле», но и существенными душевными травмами. Потому в отношении предпринимателя слоган «работа – жизнь» имеет более конкретное значение.

Кроме того, после неудачи в предпринимательской деятельности устроиться по найму на руководящую должность крайне трудно, а работать рядовым «не комильфо», приходится задумываться о новом бизнесе. Поэтому даже неудачливые предприниматели, как правило, «рецидивисты». Этим же объясняется и средний возраст начала собственного бизнеса – 36–37 лет, когда человек становится успешным в найме и есть хорошее резюме на случай неудачи.

10. *Низкая эмпатийность, высокая толерантность к отвержению*. Данная закономерность была выявлена в исследовании О.С. Дейнеки, она указывает на наличие у предпринимателя иммунитета к серьезным неудачам, ввергающим во фрустрацию других людей.

11. *Большой диапазон потенциальных мотивов и причин занятия бизнесом*. Пути к предпринимательству разнообразны. Одни не могут работать под чужим руководством, другие – свободные философы, жаждущие независимого творчества, третьи неудачно выбрали профессию, четвертые внезапно оказались в критической ситуации, пятые не могут устроиться на работу из-за судимости, инвалидности, иной национальности и т.д.

12. *Большая свобода мыслей и действий*. Индивиды, тяготеющие к свободному, вольному образу жизни вне рамок организационных структур, жесткого графика и должностных инструкций, чаще всего выбирают предпринимательство.

13. *Более тесная связь компонент процессной мотивации «результат – вознаграждение»*. Одним из главных преимуществ ведения бизнеса является максимально объективная, немедленная и непосредственная реакция на приложенные усилия. У предпринимателя появляется уверенность, что все результаты своего труда он сможет присвоить законным путем.

Результаты авторского исследования уровня хозяйственности и рискованности руководителей-собственников и наемных менеджеров

Помимо обобщенной оценки особенностей мотивации предпринимательской деятельности совместно с представителем бизнеса А.И. Соколовым проведено исследование различий в мотивации наемных руководителей и руководителей-собственников. Было опрошено 100 руководителей предприятий малого и среднего бизнеса г. Кемерово. Из них одна половина является наемными менеджерами, а другая – собственниками. Анкетирование осуществлялось несколькими методами: устно, по электронной почте, письменно через Центр поддержки предпринимательства и других руководителей. Обработка данных проводилась в программе SPSS Statistic (версия 17.0).

В начале исследования была выдвинута следующая гипотеза: мотивационный профиль руководителей-собственников отличается от мотивационного профиля наемных руководителей большей выраженностью рискованности

и хозяйственности. Для проверки выдвинутой гипотезы была составлена анкета, часть вопросов которой касалась выявления хозяйственности, часть – определения склонности к риску, часть – изучения движущих мотивов деятельности с использованием авторской классификации.

Термин «хозяйственность», как и вопросы на определение степени выраженности данного качества, был перенят из методики определения типа мотивации персонала В.И. Герчикова [2]. Согласно этому определению работники хозяйственного типа ориентированы в большей степени на результат, чем на процесс, проявляют высокую степень ответственности за итоги работы. Сотрудники хозяйственного типа являются сильными лидерами, способными мотивировать других на достижение цели.

Для расчета интегральных показателей хозяйственности и рискованности руководителей-собственников и наемных менеджеров были проанализированы ответы на 10 вопросов анкеты – по 5 на каждую характеристику. Верный ответ на каждый из вопросов был закодирован как один балл, затем была определена их общая сумма – интегральный показатель. Следовательно, по шкале хозяйственности и рискованности каждый респондент набирал от 0 до 5 баллов – в зависимости от того, на сколько вопросов из 5 на каждую характеристику он ответил (рисунки 1, 2).

Представленные данные о различиях в хозяйственности (рис. 1) свидетельствуют о том, что собственники имеют двойственное проявление данной характеристики. С одной стороны, их количество с нулевыми оценками преобладает над аналогичными данными по наемным руководителям (23,7 % против 10,5 %). С другой стороны, их крайние значения с балльной оценкой 3 и 4 суммарно у руководителей-собственников несколько больше, чем у наемных руководителей (15,8 % против 10,5 %). При этом большинство значений по наемным руководителям по шкале хозяйственности сосредоточено на средних баллах 1 и 2 (79 % против 60,5 % по собственникам).

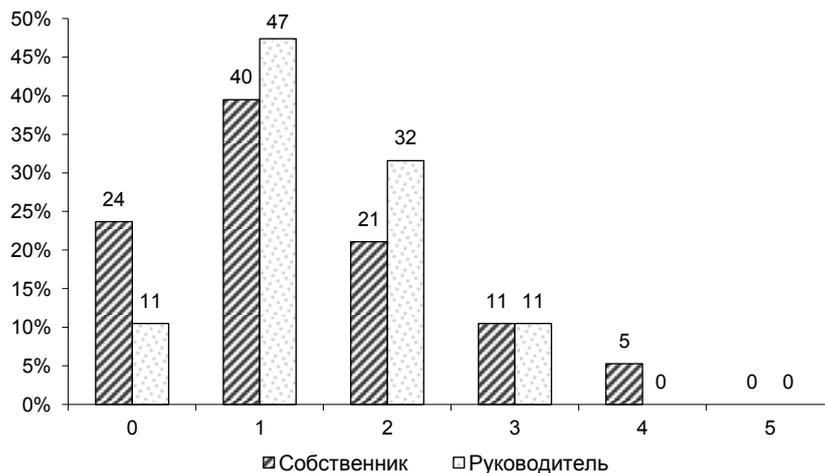


Рис. 1. Интегральный показатель хозяйственности наемных руководителей и руководителей-собственников

Следовательно, можно сделать вывод о том, что большинство наемных руководителей характеризуются средней степенью хозяйственности, в то время как показатели хозяйственности по руководителям-собственникам, тяготея

также к средним значениям, имеют более широкие рамки – от полного ее отсутствия до крайней степени выраженности. То есть руководители-собственники больше отличаются друг от друга, чем наемные руководители. Таким образом, часть гипотезы в отношении большей выраженности хозяйственности у предпринимателей не оправдалась.

По показателю рискованности ситуация несколько иная: рискованность руководителей-собственников тяготеет к средней степени (средняя оценка 3 у 37 % респондентов, удельные веса других оценок снижаются к «полюсам» шкалы), примерно соответствует нормальному распределению (рис. 2).

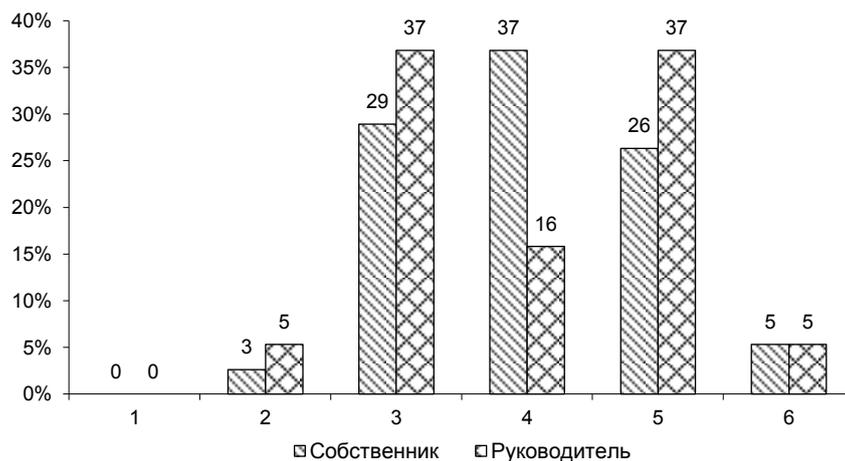


Рис. 2. Интегральный показатель рискованности наемных руководителей и руководителей-собственников

У наемных руководителей средняя оценка 3 наблюдается только у 16 %, в то время как 2 и 4 – у 74 % суммарно. В числе самых низко- и высоко рискованных руководителей находится примерно равное количество собственников и наемных работников. Согласно результатам, отсутствует эмпирически подтвержденная высокая степень рискованности у руководителей-собственников по сравнению с наемными руководителями, что опровергает вторую часть гипотезы исследования.

Результаты исследования мотивов деятельности руководителей-собственников и наемных менеджеров

Разработанная классификация мотивов деятельности руководителей-собственников (предпринимателей) включает следующие группы: экономические мотивы (желание заработать, отсутствие стабильной работы, финансовая независимость); мотивы экстернатальности (семья и дети, желание обеспечить семье стабильное материальное положение); забота о близких, окружающих, больных, общества в целом); мотивы свободы («сам себе начальник», самостоятельность в принятии решений и способах решать вопросы); свобода от правил, которые бывают, когда работаешь по найму; отсутствие строгой привязки ко времени работы, т.е. имеется возможность установить свой график работы; возможность работать дома или дистанционно); мотивы состояния (страсть, азарт, острые ощущения); мотивы созидания (возможность реализовать свою идею, желание оставить что-то после себя, бег от скуки (заполнение жизни какой-то деятельностью); мотивы доминирования над любыми объектами, ситуа-

циями, людьми (чувство собственной значимости, власть, самоутверждение); мотивы общественной оценки (признание, известность, уважение).

В целях анализа множества побуждающих к деятельности мотивов для руководителей-собственников и наемных руководителей было предложено выбрать в анкете 5 главных мотивов из 19 в разработанной классификации (им присваивается 1 балл) и 5, которые точно не свойственны респондентам по данным опроса (данные ответы закодированы со значением «-1»). Рассмотрим обобщенно группы мотивов, средние значения по ним и степень разброса (см. таблицу).

Распределение мотивов руководителей-собственников и наемных руководителей

| Мотивы | Руководитель-собственник | Наемный руководитель |
|----------------------------|--------------------------|----------------------|
| Экономические мотивы | ,92/1,124 | ,05/,229 |
| Мотивы экстернальности | ,37/,786 | ,05/0,229 |
| Мотивы свободы | 1,08/1,459 | -,05/,524 |
| Мотивы состояния | -1,32/1,254 | ,05/,229 |
| Мотивы созидания | ,63/0,751 | ,05/,229 |
| Мотивы доминирования | -,39/1,128 | -,16/,501 |
| Мотивы общественной оценки | ,05/0,567 | ,05/,229 |

Примечание: среднее значение – числитель, стандартное отклонение – знаменатель.

Согласно приведенным данным, мотивы руководителей-собственников выражены в гораздо большей степени, чем мотивы руководителей найма. При этом по всем мотивам степень разброса значительно выше – предприниматели гораздо больше различаются между собой, чем наемные руководители. Наблюдается незначительная корреляция мотивов руководителей-собственников и наемных руководителей по большинству мотивов, кроме мотивов свободы (главный мотив предпринимателей отвергается наемными руководителями), мотивов состояния (наемные руководители чаще испытывают ощущения страсти и азарта).

Рассмотрим мотивационный профиль среднестатистического руководителя-собственника. На первом месте у предпринимателей, управляющих самостоятельно собственным бизнесом, стоит мотивация свободы (от правил, временных рамок, «сам себе начальник»). На втором месте у руководителей-собственников располагаются экономические мотивы (желание заработать, финансовая независимость, отсутствие стабильной работы), что вполне характерно для предпринимательства как вида деятельности, направленного на извлечение прибыли. На третьем месте мотивы созидания (возможность самореализации, желание оставить что-то после себя). Самовыражение как значимый мотив деятельности предпринимателей подчеркивался и в других исследованиях [5, 9]. Значимым мотивом для предпринимателей является мотив экстернальности (семья и дети, забота о близких и обществе). Данный мотив характерен для предпринимателей гораздо больше, чем для наемных работников. Мотивы общественной оценки для руководителя-собственника имеет невысокое значение, схожее с аналогичными мотивами наемных руководителей.

Большинство предпринимателей отрицают мотивы доминирования в своей деятельности (чувства собственной значимости, власти, самоутверждения). Практически все руководители-собственники яростно опровергают наличие мотивов состояния (страсть, азарт, острые ощущения).

**Мотивационная типология предпринимателей
(руководителей-собственников), основанная
на результатах исследования**

Представленный мотивационный профиль руководителя-собственника носит обобщенный характер. Предприниматели имеют существенные различия между собой, поэтому отсутствие определенных мотивов в среднем профиле не указывает на отсутствие их в частных случаях. Это основание позволило нам предложить собственную мотивационную типологию предпринимателей-управленцев в зависимости от того, какие группы мотивов авторской классификации у них преобладают.

1. *Руководитель-собственник экономического типа.* Нацелен на финансовый результат, высокий заработок, стремится к финансовой независимости, измеряет эффективность своей работы и работы организации преимущественно прибылью. Не берется за «туманные идеи», предельно прагматичен и логически расчетлив, не бросает денег на «ветер», занимается только тем, что приносит доход. В собранной эмпирической базе такого рода руководителей оказалось 60 %.

2. *Руководитель-собственник экстернального типа.* Имеет выраженное стремление к заботе о ближних, будь это собственная семья или общество в целом. Стремится лучше удовлетворить потребности клиентов, склонен заниматься социально ориентированным бизнесом. Служение другим – самое важное для собственника этого типа. Сотрудники в его организации также не обделены заботой. Патерналистский стиль руководителя. В собранной эмпирической базе. – 5,3 %.

3. *Любитель свободы.* Данный тип собственников более всего ценит в работе свободу действий, решений, передвижений. «Сам себе начальник» – главное, что привлекает его в работе наряду с отсутствием рамок по времени и месту деятельности. Такие люди тяжело уживаются в найме, именно поэтому тяготеют к самостоятельному «плаванию» – 37 %.

4. *Азартный игрок.* Азартный руководитель-собственник – игрок по натуре. Предпринимательская деятельность для него – поле ощущений и эмоций. Как правило, это молодые люди, не обремененные семьей, которые рады любому попутному ветру, обладают высокой склонностью к риску, ищут во всем острых ощущений. – 5,3 %.

5. *Творец.* Данный тип руководителя-собственника главным своим предназначением видит самореализацию и совершенствование мира, желание оставить что-то после себя. Как правило, это философ, склонный к формированию собственной высокой миссии в жизни. Творческая реализация, созидание – его главный двигатель. – 60,5 %.

6. *Доминатор.* Руководители-собственники данного типа стремятся к самоутверждению за счет предпринимательской деятельности и объема получаемой власти, они ориентированы на собственное самолюбие, чувство собственной значимости, ориентированы на успех любыми путями, могут быть неразборчивыми в средствах. – 18 %.

7. *Общественник*. Данный тип руководителя-собственника крайне зависим от внешнего восприятия себя, оценки общества. Именно он чаще всего участвует в дебатах на телевидении, создает предпринимательские ассоциации, выступает с различными общественными инициативами, старается всеми способами быть на виду. Признание, известность, популярность – лучший «допинг» и награда для предпринимателей данного типа. – 18 %.

Указанные типы редко встречаются в чистом виде, скорее это смесь различных мотивов, которая со временем может подвергаться изменению под воздействием различных внешних и внутренних факторов.

Заключение

Вопросы мотивации предпринимательской деятельности будут сохранять актуальность и далее, а следовательно, будут разыгрываться новые дискуссии в данной отрасли знаний, появляться свежие теории, эмпирические замеры и интерпретации уже имеющихся результатов. Предприниматель остается движущей силой общества, однако перспективные студенты вузов выбирают более «престижные» профессии, успешные менеджеры организаций, способные своей энергией дать жизнь собственным проектам, продолжают держаться за свои места, а российские капиталы все больше сосредотачиваются в руках одних и тех же людей. Только эффективная государственная поддержка, усиленная результатами научных исследований в области мотивации предпринимательской деятельности, может привести к институциональной трансформации экономики и развитию бизнес-инфраструктуры, способной обеспечить российское общество качественным четвертым фактором производства.

Список источников / References

1. Поварич И.П., Прошкин Б.Г. *Стимулирование труда: системный подход*. Новосибирск, Наука. Сиб. отд-е, 1990. С. 23 [Povarich I.P., Proshkin B.G. *Stimulirovanie truda: sistemnyy podkhod* [Stimulation of labor: a systematic approach]. Novosibirsk, Nauka. Sib. otd-e, 1990. P. 23]
2. Прошкин Б.Г. *Мотивация труда: Управленческий аспект*. Отв.ред. И.П. Поварич. Новосибирск, Изд-во СО РАН, 2008. С. 27. [Proshkin B.G. *Motivatsiya truda: Upravlencheskiy aspekt* [Motivation of Labor: Management Aspect]. Novosibirsk, Izd-vo SO RAN, 2008. 27 p. P. 27]
3. Варданян И.С. Новые тенденции к мотивации персонала. *Управление персоналом*, 2007, № 9–10, с. 39–44. [Vardanyan I.S. Novye tendentsii k motivatsii personala [New trends in staff motivation]. *Personnel Management*, 2007, no. 9–10, pp. 39–44.]
4. Leontiev A.N. Problems of development of the psyche. Moscow, 2004. 225 p.
5. Туякбаева А.Е., ПолUTOва М.А. Предпринимательская мотивация как частный случай трудовой мотивации. *Вестник Забайкальского государственного университета*, 2012, № 6, с. 70–75. [Tuyakbaeva A.E., Polutova M.A. Predprinimatel'skaya motivatsiya kak chastnyy sluchay trudovoy motivatsii [Entrepreneurial motivation as a special case of labor motivation]. *Bulletin of Transbaikalian State University*, 2012, no. 6, pp. 70–75.]
6. Дейнека О.С. Психологический портрет молодого российского предпринимателя. *Актуальные проблемы психологической теории и практики*. Под ред. А.А. Крылова. Санкт-Петербург, 1995, сс. 124–130 [Deineka O.S. *Psikhologicheskiy portret molodogo rossiyskogo predprinimatelo* [Psychological

portrait of a young Russian businessman]. *Actual problems of psychological theory and practice*. St-Petersburg, 1995, pp. 124–130.]

7. Гнилитская Е.В. Чего изволите... предприниматель и новые технологии: мотивация разработки и применения. *Российское предпринимательство*, 2008, № 3, С. 48–51 [Gnilitskaya E.V. Chego izvolite... predprinimatel' i novye tekhnologii: motivatsiya razrabotki i primeneniya [What are you ... entrepreneur and new technologies: motivation of development and application]. *Russian Entrepreneurship*, 2008, no. 3, pp. 48–51.]
8. Черкасов Г.В. Психологический портрет предпринимателя: мотивация. *Социогуманитарный вестник*, 2013, № 3 (12), сс. 58–59 [Cherkasov G.V. Psikhologicheskii portret predprinimatel'ya: motivatsiya [Psychological portrait of an entrepreneur: motivation]. *Sotsiologumanitarny vestnik*, 2013, no. 3 (12), pp. 58–59.]
9. Власов П.К. *Психология замысла организации*. Харьков, Гуманитарный центр, 2003. 284 с. [Vlasov P.K. *Psikhologiya zamysla organizatsii* [Psychology of the idea of organization]. Kharkiv, Humanitarian Center Publ., 2003. 284 p.]
10. Дружинин В.Н. *Когнитивные способности: интеллект и личностные черты российских предпринимателей*. Москва, 2001. 224 с. [Druzhinin V.N. *Kognitivnye sposobnosti: intellekt i lichnostnye cherty rossiiskikh predprinimateley* [Cognitive abilities: intelligence and personality traits of Russian entrepreneurs]. Moscow, 201. 224 p.]
11. Фрезе М. *Основатели эффективных компаний. Психологический анализ и практические рекомендации для предпринимателей*. Харьков, Гуманитарный центр, 2006. 336 с. [Freze M. *Osnovateli effektivnykh kompaniy. Psikhologicheskii analiz i prakticheskie rekomendatsii dlya predprinimateley* [Founders of effective companies. Psychological analysis and practical recommendations for entrepreneurs]. Kharkiv, Humanitarian Center Publ., 2006. 336 p.]

Сведения об авторе / About author

Мухачева Анна Валентиновна, старший преподаватель кафедры менеджмента им. И.П. Поварича ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет». 650000 Россия, г. Кемерово, ул. Красная, д. 6. *E-mail*: oblakko@mail.ru <http://orcid.org/0000-0002-3720-4969>

Anna V. Mukhachva, Senior lecturer, Department of Management. Individual Entrepreneur Povarich "Federal State Budget Educational Institution of Higher Education "Kerch State Maritine Technological University". Postcode 650000 Russia, Kemerovo, Krasnaya Street, No 6. *E-mail*: oblakko@mail.ru