

УДК 336:338.12

АНАЛИЗ И СИСТЕМАТИЗАЦИЯ ОСНОВНЫХ МОТИВАЦИОННЫХ ФАКТОРОВ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Кондрашов В.М., Крамлих О.Ю., Ганичева Е.В.

*ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»,
Смоленск, e-mail: EVGanicheva@fa.ru*

В статье анализируется систематизация факторов мотивации малого и среднего бизнеса, который является ключевым элементом экономики любого государства. С помощью предпринимательской деятельности происходит активизация экономических процессов посредством создания новых рабочих мест, оптимизации производственных процессов и т.д. Цель исследования заключается в обосновании систематизированного анализа мотивационных факторов предпринимательской деятельности, основанного на стратегическом подходе к развитию предпринимательской среды. Авторы статьи рассматривают предпринимательские мотивы, а также факторы, оказывающие влияние на принятие решения стать предпринимателем. Подчеркивают, что предпринимательские мотивы очень разнообразны, начиная от желания повысить свою независимость, которая основывается на финансовых мотивах, и заканчивая факторами, связанными с семьей и осуществлением деятельности. Прежде чем приходит желание начать собственное дело, предпринимательская деятельность проходит несколько этапов развития, каждому из которых соответствует свой набор факторов, побуждающих к осуществлению деятельности, что отражают авторы в данной статье. Систематизируются и анализируются барьеры, препятствующие развитию малого и среднего бизнеса, к которым относятся: отсутствие информации о рынке и партнерах, финансирования, маркетинговых навыков, финансового и управленческого опыта и др. В статье выделяются предпринимательские мотиваторы, которые будут способствовать совершенствованию развития малого и среднего бизнеса.

Ключевые слова: малый и средний бизнес, мотивация, человеческий капитал, процессы, анализ, систематизация факторов

ANALYSIS AND SYSTEMATIZATION OF THE MAIN MOTIVATIONAL FACTORS OF ENTREPRENEURSHIP

Kondrashov V.M., Kramlikh O.Yu., Ganicheva E.V.

*Financial University under the Government of the Russian Federation, Smolensk,
e-mail: EVGanicheva@fa.ru*

The article analyzes the systematization of motivating factors for small and medium-sized businesses, which is a key element of the economy of any state. With the help of entrepreneurial activity, economic processes are activated by creating new jobs, optimizing production processes, etc. The purpose of the study is to substantiate a systematic analysis of the motivational factors of entrepreneurial activity, based on a strategic approach to the development of the business environment. The authors of the article consider entrepreneurial motives, as well as factors that influence the decision to become an entrepreneur. They emphasize that entrepreneurial motives are very diverse, ranging from the desire to increase their independence, which is based on financial motives, and ending with factors related to the family and the implementation of activities. Before the desire to start your own business comes, entrepreneurial activity goes through several stages of development, each of which has its own set of factors that encourage the implementation of activities, which the authors reflect in this article. Barriers that impede the development of small and medium-sized businesses are systematized and analyzed, which include: lack of information about the market and partners, financing, marketing skills, financial and managerial experience, etc. The article highlights entrepreneurial motivators that will improve the development of small and medium-sized businesses.

Keywords: small and medium business, motivation, human capital, processes, analysis, systematization of factors

Мотивационные факторы в зависимости от стадий развития предпринимательской деятельности можно классифицировать по этапам выбора сферы деятельности, где основными мотивами для предпринимателя являются желание самостоятельности, утверждения и, как следствие, получение прибыли, то есть личностные мотивы (рис. 1). Далее под влиянием личностных мотивов предприниматель начинает поиск возможных средств и ресурсов для ведения бизнеса. В данном случае основные мотивы будут заключаться в поиске и привлечении необхо-

димого количества сотрудников, источников инвестиций. После становления и укрепления бизнеса предприниматель ставит целью не только получение прибыли, но и участие в мероприятиях социальной направленности. При этом основным мотивом поведения становится налаживание взаимодействия с органами власти и общественными институтами, которое в свою очередь благоприятно скажется на развитии деятельности [1].

Таким образом, с позиции развития предпринимательской деятельности, сложились пять типов мотивационных факторов.



Рис. 1. Классификация мотивационных факторов по этапам развития предпринимательской деятельности
Источник: составлено авторами

В научной литературе авторы определяют роль и значение мотивации. Так, Шейн и др. утверждают, что различные мотивы влияют на предпринимательский процесс и восприятие риска. Будучи внутренними и/или внешними силами, запускающими и направляющими действия, мотивация поощряет или препятствует тем, кто занимается предпринимательской деятельностью [2]. В ходе этого процесса предприниматель часто меняет свое видение или свои цели, привлекая новых партнеров [3].

Гартнер, Борнард и др. подчеркивают такие мотиваторы, как потребность в успехе, удовлетворенности работой, образовании и наличии родителей-предпринимателей в качестве переменных, мотивирующих человека начать бизнес [4]. Исследование, проведенное ими, показывает, что существует пять мотивирующих факторов:

- потребность в признании;
- доход;
- степень коммунитаризма,
- потребность в личном развитии,
- потребность в независимости.

Авторы Земляк С.В., Кондрашов В.М., Лапшова О.А. и др. в учебнике «Управление человеческими ресурсами» к мотивационным факторам относят:

- получение прибыли, которая является основной целевой установкой;

- ответственность за принимаемые решения;
- свобода действий в процессе ведения бизнеса;
- готовность к продуманному риску;
- потребность в доминировании (самоутверждение);
- высокий уровень целеустремленности [5].

Кроме того, к мотивационным факторам можно отнести и личностные характеристики предпринимателя.

При этом предпринимательскую мотивацию часто сопоставляют с выполнением основных функций, а именно: рациональное распределение ресурсов для стабильного функционирования бизнеса; самостоятельность в принятии решений относительно направленности деятельности; принятие инноваций; готовность к риску; повышение конкурентоспособности. Следовательно, мотивационный механизм предпринимательской деятельности состоит в достижении поставленных целей, заключающихся в максимизации результатов деятельности.

Обоснование систематизированного анализа мотивационных факторов предпринимательской деятельности, основанного на стратегическом подходе к развитию предпринимательской среды.

Материал и методы исследования

Методологической основой проведенного исследования выступают общенаучные экономические методы, методы сравнения и обобщения, а также системный анализ мотивационных факторов развития предпринимательства. В качестве информационной базы использованы нормативно-правовые документы, регулирующие функционирование и развитие субъектов малого и среднего предпринимательства, официальные источники средств массовой информации, научные материалы, посвященные вопросам мотивационного развития предпринимательской деятельности.

Результаты исследования и их обсуждение

Исследование предпринимательской мотивации было проведено в Центре «Мой Бизнес» г. Смоленска. В исследуемую группу вошли предприниматели 208 организаций малого и среднего бизнеса, участвовавших в опросе о мотивах, побудивших их к предпринимательской деятельности. Перечень включал мотивационные факторы внешнего воздействия, статусные факторы, характеризующие социальную принадлежность предпринимателя, факторы внешних конфликтов, характеризующие степень риска и нестабильности предпринимательской деятельности.

На рисунке 2 представлены результаты опроса предпринимателей в разрезе мотивационных факторов. Так, пункт 1 отражает материальную составляющую предпринимательской деятельности, пункты 2, 3, 4, 7, 8 определяют инновационно-творческую мотивацию, пункты 5, 6 характеризуют статусные мотивационные факторы.

Как видно из рисунка, 64% респондентов отметили пункт «независимость, свобода» как основной мотивационный фактор, 57% предпринимателей отдали предпочтение фактору «жить обеспеченно, в достатке», 49% опрошенных назвали в качестве основного фактора мотивации «видеть конкретные осязаемые результаты своего труда».

В то же время результаты исследования показали, что, кроме экономической выгоды, одним из основных мотивов, побуждающих к предпринимательству, являются инновационно-творческие факторы. Это отметили более 40% опрошенных. Такой результат связан в первую очередь с тем, что предприниматели стремятся к независимости, самостоятельности, что, в свою очередь, отвечает их жизненным ориентирам. Инновационно-творческая мотивация характерна как для мужчин, так и женщин – предпринимателей. Подобного типа мотивация способствует принятию различного рода финансовых, социальных и психологических решений, соответствующих рискам для достижения поставленных целей.

Еще одним предпринимательским мотивом является решение об организации собственного дела, которое основывается на изменении образа жизни. В данном случае важными факторами, побуждающими к смене образа жизни, выступают: неудовлетворенность прежней работой, готовность к реализации новых креативных идей, изменение обстоятельств и т.д. [6].

На рисунке 3 представлены результаты исследования опрошенных предпринимателей на предмет отказа от прежнего образа жизни.



Рис. 2. Мотивационные ценности предпринимателей (в % к опрошенным, n=208)

Источник: составлено авторами по данным опроса



Рис. 3. Мотивационный стимул к отказу от прежнего образа жизни
Источник: составлено авторами по данным опроса

Как видно, 23% опрошенных заявили о вынужденном уходе в бизнес. Для 18% респондентов уход в бизнес связан в большей степени со стечением благоприятных обстоятельств. Но для большинства опрошенных предпринимателей (56%) этот уход связан со стремлением к свободе, самовыражению и самореализации своих идей.

Представленные выше мотивационные факторы следует отнести к внутренним, но на решение стать предпринимателем, развивать свое дело оказывают влияние и внешние факторы. К внешним мотиваторам, которые оказывают непосредственное влияние на предпринимательскую деятельность, следует отнести: административные, экономические, социальные и личностно-психологические.

Как видно из проведенного исследования, на сегодняшний день не существует единого мотиватора, который оказывает влияние на принятие решения о создании, ведении и развитии предпринимательской деятельности. Результаты опроса показывают, что в основе мотивационного механизма предпринимателя находятся достижение успеха и стремление к независимости и самовыражению.

В то же время, говоря о мотивационных факторах, необходимо отметить и барьеры, которые, с одной стороны, являются препятствием в развитии предпринимательства, но с другой – их преодоление может выступить и в роли предпринимательского мотиватора.

Прежде всего стоит отметить сложность политического и экономического положения, что вызывает упадок промышленности. В данном случае правовой базы недостаточно для защиты предпринимателей. Также барьером является низкий уровень

правовых и экономических знаний предпринимателей и отрицательное восприятие предпринимательской деятельности частью населения. Несмотря на то что восприятие имиджа и статуса предпринимателя в последние годы улучшилось, предпринимательство перестало восприниматься населением как лучший выбор карьеры [7]. Кроме того, недостаточно поддержки со стороны государства в сфере предпринимательства.

Что касается корпоративного налогообложения, то государственная политика создает серьезные препятствия для предпринимателей. Ставка налога представляет собой реальный вес для развития компаний. Как правило, государственная политика не ориентирована на поступательную поддержку и устойчивость бизнеса [8].

Предприниматели испытывают трудности с бюрократией и лицензированием своего бизнеса. Получить лицензию на эксплуатацию и разрешения в короткие сроки практически невозможно.

Еще одним барьером является снижение покупательной способности населения на приобретение потребительских товаров, вызванное экономическим кризисом. Низкая деловая этика в частном и государственном секторах, жесткая конкурентная среда и очень низкий уровень социальной защиты предпринимателей также являются серьезными препятствиями [9].

В целом обозначенные барьеры возможно объединить в 4 группы:

- барьеры легитимности;
- административные барьеры;
- финансовые барьеры;
- управленческие барьеры.

На рисунке 4 представлены результаты опроса предпринимателей в отношении барьеров предпринимательской деятельности.

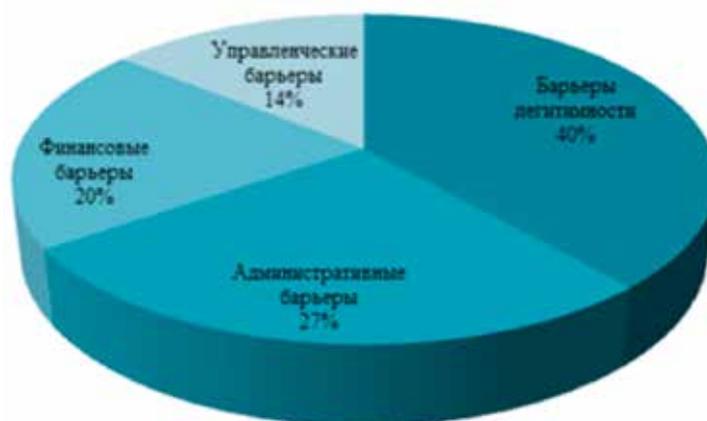


Рис. 4. Барьеры предпринимательской деятельности (в % к опрошенным, n=208)
 Источник: составлено авторами по данным опроса

Корреляционные связи предпринимательских мотивов

| Факторы | Значение | Стандартное отклонение | Группа 1 | Группа 2 | Группа 3 |
|--|----------|------------------------|----------|----------|----------|
| Мотивация на ведение бизнеса | 6,2 | 0,49 | | | |
| Мотивационные факторы внешнего воздействия | 5,84 | 0,52 | 0,62 | | |
| Статусные факторы | 5,37 | 0,51 | 0,25 | 0,17 | |
| Факторы внешних конфликтов | 5,66 | 0,72 | 0,53 | 0,43 | 0,15 |

Источник: составлено авторами на основе анализа данных проведенного исследования факторов мотивации предпринимательской деятельности.

Как показывают результаты опроса, наиболее важными барьерами, с которыми сталкиваются предприниматели, являются барьеры легитимности. Несмотря на привилегированный статус, который обеспечивает предпринимательство, отсутствие прочных ценностей, связанных с предпринимательством, негативно влияет на развитие предпринимательства.

Далее следуют административные барьеры, которые определяются тяжелой и порой противоречивой административно-финансовой системой. Изменение государственной политики является основным препятствием для развития предпринимательства. Критическими факторами являются продолжительность лицензионной, налоговой политики, а также очень нестабильная структурная конъюнктура рынка.

Финансовые барьеры следуют за административными и определяются текущим финансовым кризисом и колебаниями курса рубля, отчасти из-за экономических санкций. Доступ к финансам остается

ограниченным. Это касается банковских кредитов и государственного финансирования. Результаты исследования показывают, что семья и друзья являются более частыми источниками финансирования, чем банки и государственные учреждения.

Наконец, управленческие барьеры занимают четвертое место. Они объясняются новыми способами ведения бизнеса, которые требуют новых навыков для эффективного управления бизнесом. Индивидуальные характеристики и личный опыт, такие как навыки, предпринимательское образование и подготовка, существенно влияют на предпринимательский дух. Таким образом, низкий уровень предпринимательского образования, низкий уровень управленческой квалификации, нехватка квалифицированных менеджеров, сложность поиска дружного и мотивированного персонала, слабая управленческая культура являются препятствиями для предпринимательства. Данные, полученные в ходе опроса предпринимателей, были проанализированы

с целью выявления взаимосвязи предпринимательских мотивов и условий функционирования субъектов малого и среднего предпринимательства. Результаты анализа представлены в таблице.

Важность мотивационных факторов внешнего воздействия, статусных факторов и факторов внешних конфликтов была получена в значениях 5,84, 5,37, 5,66 со стандартным отклонением 0,52, 0,51, 0,72 соответственно. Самый высокий уровень значимости продемонстрировали мотивационные факторы на ведение бизнеса (достижение поставленных целей) – 6,2 с отклонением 0,49. Это говорит о том, что бизнес-среда оказывает наибольшее влияние на предпринимательскую мотивацию.

Также анализ показал, что статусные факторы эмпирически многими предпринимателями воспринимаются как основной мотивационный фактор. Однако такая зависимость не нашла подтверждения на регрессионной модели. Это означает, что, несмотря на то что данный мотивационный фактор воспринимается как важный для предпринимательства, его влияние в нынешних экономических и социальных условиях экономики не является определяющим.

Заключение

Обобщая все вышесказанное, хочется отметить, что в сложившихся условиях отсутствие информации о рынке и партнерах, финансирования, маркетинговых навыков, финансового и управленческого опыта – это еще одна группа барьеров. Восприятие отсутствия навыков возникает из-за отсутствия обучения и отсутствия опыта в соответствующей области, когда бизнес только начинает существовать. Восприятие риска потери капитала обусловлено экономическими и политическими факторами (такими, как законодательство и бюрократия), которые отпугивают предпринимателей. Отсутствие управленческих знаний, отсутствие функционального опыта, отсутствие возможностей для найма, обучения, переподготовки и нехватка квалифицированной рабочей силы очень дорого обходятся бизнесу.

Отсутствие человеческого капитала также можно рассматривать как препятствие для предпринимательства, поскольку неадекватное обучение и предпринимательское образование препятствуют развитию человеческого капитала и ограничивают возможности трудоустройства отдельных лиц.

Таким образом, подводя итог вышесказанному, можно выделить следующие предпринимательские мотиваторы:

- ориентация на достижение желаемого результата, выражающегося в получении дохода и чувстве победы и успеха;
- способность предвидеть рискованные ситуации, возможности развития;
- способность переосмыслить значение целей, стоящих перед предпринимателем;
- независимость и свобода действий в процессе осуществления предпринимательской деятельности;
- ответственность за принимаемые решения;
- потребность в доминировании (самоутверждение);
- высокий уровень целеустремленности.

Статья подготовлена по результатам исследований, выполненных за счет бюджетных средств по государственному заданию Финансового университета при Правительстве РФ по теме «Разработка механизмов мотивации и стимулирования предпринимательской деятельности в современных условиях».

Список литературы

1. Загайнова Е.Н. Институциональная среда как фактор развития социально-ответственного предпринимательства // Общество: политика, экономика, право. 2017. №1. С. 81-83.
2. N. Sulikashvili et al. Motivations and barriers of entrepreneurs in Moscow and the Moscow region. Business: Theory and Practice. 2021. Vol. 22(2). P. 256–266. DOI: 10.3846/btp.2021.13112.
3. Naba Boukari M. Les facteurs clés de succès de l'entrepreneuriat des immigrés au Niger: cas des salons de coiffure. Revue Congolaise de Gestion. 2019. Vol. 27(1). P. 129–157. DOI: 10.3917/rcg.027.0129.
4. Bornard F., Verzat C., Gaujard C. Un détour par l'imaginaire pour comprendre les fondements psychosociocognitifs de l'éducation entrepreneuriale. Revue de l'entrepreneuriat. 2019. Vol. 1 (18). P. 109–140. DOI:10.3917/entre.181.0109.
5. Земляк С.В., Кондрашов В.М., Лапшова О.А., и др. Управление человеческими ресурсами. М.: Учебник и практикум. Бакалавр. Академический курс, 2019. 406 с.
6. Пурьжова Л.В., Кашпаров Д.В., Ключко С.Н., Алиева И.А., Щекотурова С.Д. Мотивационные аспекты предпринимательской активности // Экономика и предпринимательство. № 12. 2019. С. 639-642.
7. Krylova Y. Administrative corruption and its effects on Russian Entrepreneurs: a regional aspect. Journal of Small Business & Entrepreneurship. 2018. Vol. 30(2). P. 121–137. DOI: 10.1080/08276331.2017.1383764.
8. Lavrushin V.M., Gimarov V.A., Gimarov V.V., Kramlikh O.Y., Chudakova S.A. The cooperative sector of the Smolensk region: current state and development problems // Frontier Information Technology and Systems Research in Cooperative Economics. Ser. "Studies in Systems, Decision and Control" Heidelberg, 2021. С. 279-287. DOI: 10.1007/978-3-030-57831-2_29.
9. Lynch M., Slitsveen K., Lozano F., Steinert M., Andersson G. Examining entrepreneurial motivations in an education context. In Proceedings of the 21st International Conference on Engineering Design. 2017. Vol. 9. P. 79-88.