

11. Сериков В. В. Общая педагогика. Волгоград: Перемена, 2004. 278 с.
12. Бондаревская Е. В. Ценностные основания личностно-ориентированного воспитания // Педагогика. 2007. № 8. С. 44–53.
13. Крылова Н. Б. Культурология образования. М.: Народное образование, 2000. 269 с.

REFERENCES

1. Shatsky S. T. Pedagogical works. M.: Prosveshenie, 1964. 475 p.
2. Pinkevich A. P. Basics of the Soviet pedagogy. M.: Nauka, 1929. 189 p.
3. Kalashnikov A. G. Selected works. M.: Akademiya, 1990. 75 p.
4. Vygotsky L. S. Pedagogical psychology / Edited by V. V. Davydov. M.: Pedagogika-Pressa, 1999. 536 p.
5. Dewey J. Democracy and education. M.: Pedagogika-Pressa, 2000. 384 p.
6. Rusakova T. G. Essential characteristics of spiritual framework in the conceptual and terminological apparatus of the educational theory // «Almamater» (Bulletin of a high school). 2005. # 7. P. 49–54.
7. Soviet encyclopedic dictionary / Edited by A. M. Prokhorov. 3d publication. M.: Soviet Encyclopedia, 1984. 817 p.
8. Shtoff V. A. Problems in methodology of scientific knowledge: monograph. M.: Vysshaya shkola, 1978. 175 p.
9. Dakhin A. N. Pedagogical modeling: substance, efficiency and uncertainty // Standards and monitoring. 2002. # 4. P. 22–26.
10. Mikhailova L. I. Sociology of culture. M.: Akademiya, 2005. 232 p.
11. Serikov V. V. General pedagogy. Volgograd: Peremena, 2004. 278 p.
12. Bondarevskaya E. V. Value grounds of person-centered education // Pedagogics. 2007. # 8. P. 44–53.
13. Krylova N. B. Culturology of education. M.: Narodnoe obrazovanie, 2000. 269 p.

УДК 658.5

ББК 65.291.57

Хрупин Игорь Михайлович,
аспирант кафедры экономики и финансов предприятий
Волгоградского государственного
технического университета,
г. Волгоград,
e-mail: igor23@inbox.ru

Khrupin Igor Mikhailovitch,
Post-graduate student of the department
economics and finances of the company
of Volgograd state technical university,
Volgograd,
e-mail: igor23@inbox.ru

ИССЛЕДОВАНИЕ МОТИВАЦИОННЫХ ФАКТОРОВ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

STUDY OF MOTIVATIONAL FACTORS OF THE ENTREPRENEURSHIP

В статье исследованы основные мотивационные факторы предпринимательской деятельности. Автором было выявлено, что мотивация способна оказывать существенное влияние на предпринимательство. Были выделены основные мотиваторы предпринимательской деятельности и разделены по признаку добровольной и вынужденной мотивации в зависимости от природы их возникновения. Также в статье рассмотрены различия в распределении мотивационных факторов в зависимости от региона проживания респондентов, а также от их пола, возраста, семейного положения и уровня профессионального опыта.

In this article we have investigated the basic motivational factors of entrepreneurial activity. The author has found out that motivation can have significant impact on entrepreneurship. The main motivators of entrepreneurial activity have been revealed and split on the basis of voluntary and forced motivation depending on the nature of their occurrence. Additionally, we have examined the differences in distribution of motivational factors depending on the region of residence of the respondents, as well as of their sex, age, marital status and level of professional experience.

Ключевые слова: предпринимательство, мотивация, мотивационные факторы, добровольная мотивация, вынужденная мотивация, мотивация предпринимательства, эффективность бизнеса, имитационная модель, предпри-

нимательские намерения, личностная характеристика предпринимателя.

Keywords: entrepreneurship, motivation, motivational factors, voluntary motivation, forced motivation, motivation of business, business efficiency, simulation model, entrepreneurial intentions, personal characteristics of the entrepreneur.

Ключевой составляющей экономики любого государства является частный бизнес. Именно благодаря работе предприятий и фирм среднего и малого бизнеса происходит оживление экономики, становится возможным создание новых рабочих мест, снижение роста скрытой безработицы и т. д. Все так взаимосвязано, что если убрать одно звено из цепи, остановится все.

Для разработки эффективных мер стимулирования предпринимательства необходимо максимально объективное понимание внутренних потребностей человека, решившего самостоятельно вести деятельность.

Следует отметить, что вопрос о том, как связаны между собой индивидуальные характеристики и мотивация к предпринимательской деятельности, недостаточно широко освещен в научной литературе. С одной стороны, индивид, который принял решение заняться бизнесом, вовлекается в многочисленные виды деятельности, на которые оказывают влияние мотивы, выдвигая тем самым решение

о занятии предпринимательской деятельностью на первое место. С другой стороны, кроме мотивации занятия предпринимательской деятельностью на саму мотивацию влияют также личные особенности индивида, опосредованно оказывая влияние на совершаемые действия. Схематично данная взаимосвязь представлена на рисунке.

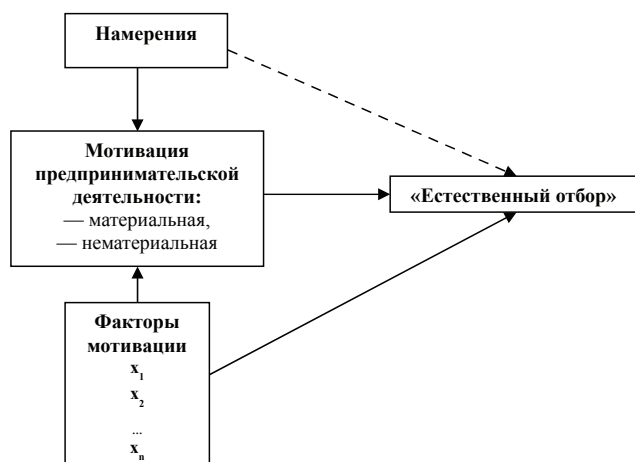


Рис. Схема взаимосвязи факторов мотивации и предпринимательских намерений на мотивацию предпринимательской деятельности
Источник: составлено автором.

Следовательно, мотивация начала предпринимательской деятельности, сама идея того, что мотивация способна оказать существенное влияние на предпринимательство, равно как и другие аспекты мотивации предпринимательства, остаются в настоящее время малоизученными, особенно в отечественной литературе, применительно к текущей социально-экономической ситуации.

Таким образом, на взгляд автора, в последнее время складывается тенденция недооценки фактора мотивации к предпринимательской деятельности. Теории предпринимательства, которые в настоящее время наиболее популярны, сформированы без рассмотрения переменных, описывающих мотивацию различных групп людей к предпринимательской деятельности.

Важным также является аспект того, как мотивация влияет на жизнеспособность и процветание бизнеса предпринимателя. Так, например, если предпринимателем движет желание быть независимым, для него на первый план выходят нематериальные выгоды от предпринимательской деятельности, такие как «быть самому себе начальником» или чувство собственной значимости – желание влиять на отдельные процессы и предпринимательскую деятельность в целом [1].

То есть мотивационные механизмы применительно к мотивации предпринимательства воздействуют на постановку задач предпринимательской деятельности, принимаемые предпринимателем решения, то есть опосредованно влияют на эффективность бизнеса предпринимателя, поэтому эффективность предпринимательской деятельности и бизнеса, предположительно, может быть повышена посредством использования модели, имитирующей связь между мотивацией предпринимательской деятельности и эффективностью бизнеса.

Попытка построения такой имитационной модели была предпринята Д. Хекваррией, в которой предприниматели со сходными издержками выбора (одинаковым уровнем дохода, предшествующим началу предпринимательской

деятельности), способностями (сходным уровнем образования), осуществлявшие предпринимательскую деятельность в одно время в одной стране, демонстрировали тем не менее разные результаты. Автор пришел к выводу, что разница в результатах эффективности предпринимательской деятельности обусловлена мотивационными факторами и их влиянием; по его словам, мотивация объясняет «направление, усилие и продолжительность» предпринимательских действий [2].

Отмечено, что предприниматели, в меньшей степени склонные к избеганию риска, как правило, вовлекаются в рискованные виды предпринимательской активности, что приводит к большему среднему значению неудач в бизнесе у предпринимателей, которыми движет данная мотивация потребности в риске.

В этом ключе мотивация предпринимательской деятельности получила монетарное толкование, по крайней мере в принципиальном значении, поскольку оба варианта исхода предпринимательской деятельности (будь то прибыль или убыток) имеют финансовое выражение. Представляется, что для более глубокого понимания и толкования мотивации предпринимательской деятельности и выявления ее влияния на конечные показатели эффективности бизнеса необходимо использование дополнительных специализированных понятий и оценок мотивации предпринимательства.

Дж. Гимено предположил, что та же самая производительность воспринимается по-разному предпринимателями в силу различий их характера, способностей и внешних условий. Бизнесмен принимает решение вести предпринимательскую деятельность до тех пор, пока его производительность не станет минимальной. Эта минимальная производительность является неким порогом, после которого бизнес будет закрыт и предпринимательская деятельность прекращена [3]. Развивая это предположение, автор приходит к выводу, что предприниматели с высокой оценкой собственной альтернативной стоимости закроют бизнес, который все еще оставался бы привлекательным с точки зрения его прибыльности для предпринимателя с низкой оценкой своей альтернативной стоимости.

Сходной позиции придерживается А. Арора, отмечая важность принятия во внимание альтернативной стоимости. В частности, автор отмечает, что эффект опыта и первоначальный размер бизнеса влияют на его результативность, увеличивая вероятность успеха для предпринимательской деятельности высокого качества и увеличивая вероятность провала для предпринимательской деятельности низкого качества. Соответственно необходимо также оценивать соотношение альтернативной стоимости и скорости предпринимательского процесса.

Таким образом, поскольку влияние мотивации тесно перекликается с порогом оценки альтернативной стоимости индивида, на взгляд автора, для последующих исследований важно добавление элементов личных способностей и мотивационной иерархии индивида.

Существует целый ряд подходов к пониманию причин, по которым некоторые индивиды решаются вступить в ряды предпринимателей и, таким образом, нарушить традиционный уклад своей жизни. Несмотря на многочисленные исследования различных особенностей и характерных черт предпринимателей и предпринимательской деятельности в целом, определенного социально-психологического портрета предпринимателя, который описывал бы большинство предпринимательских характеристик, определяющих

его принадлежность к данной группе, в настоящее время не существует.

Суммируя некоторые теоретические исследования в данной области, можно выделить такие основные мотиваторы предпринимательской деятельности, как:

- ориентация на достижения, желание достигать результатов исключительно ради самих достижений и чувства победы и успеха;
- результат взаимодействия религии, норм, ценностей, режима и экономических условий в конкретном месте и времени;
- способность к предвидению возможностей, то есть умение переосмыслить значение вещей и явлений, сложить их вместе и увидеть, что другие упустили, например, неудовлетворенный спрос на что-либо;
- способность поддерживать высокий уровень интереса в совершенствовании и техническом развитии производственных процессов, улучшении производственных операций;
- способность быть лучшим в своей области, в значении удовлетворения соответствующих потребностей, то есть способность к инновациям в нахождении наилучших способов рыночной эффективности с минимальными затратами времени, средств и усилий.

Многочисленные теоретические исследования утверждают, что не существует единого фактора, который влияет на принятие решения о занятии предпринимательской деятельностью.

Отмеченные факторы мотивации предпринимательской деятельности разделяют по признаку добровольной и вынужденной мотивации в зависимости от природы их возникновения. В научной литературе существует разделение факторов вынужденной и добровольной мотивации по инновационному признаку.

В таблице представлен пример такого разделения.

Таблица

Добровольные и вынужденные факторы мотивации, сгруппированные по инновационному признаку

	Неинновационные факторы	Инновационные факторы
Вынужденная мотивация	<ul style="list-style-type: none"> – увольнение – скука – кризис среднего возраста – развод – расхождение взглядов с руководством – недостаточно реализованный потенциал управления – отсутствие перспектив продвижения по службе – недостаток возможностей для профессионального развития 	<ul style="list-style-type: none"> – непринятие менеджментом лично разработанного проекта – недостаточная организационная поддержка новых идей
Добровольная мотивация	<ul style="list-style-type: none"> – вдохновение партнером, инвестором, клиентом – потребность в достижениях – потребность в управлении – семейные традиции предпринимательства 	<ul style="list-style-type: none"> – желание осознать плодотворность бизнес-идеи

Источник: составлено автором по: McMullen J. Entrepreneurial motivation in service industries public accounting firms as unintended incubators // Graduate School of Business Administration University of Colorado at Boulder.

Интересны также выявленные закономерности в распределении мотивационных факторов, обусловленные со-

циальными и личностными характеристиками предпринимателей.

Выявлены существенные различия в распределении мотивационных факторов в зависимости от региона проживания респондентов, а также от их пола, возраста, семейного положения, уровня профессионального опыта.

Так, женщины чаще (21% респондентов) отмечают в качестве мотивационного фактора наличие коммерческой идеи; мужчины, напротив, чаще рассматривают в качестве наиболее существенного мотивационного фактора поддержку семьи (24%) и независимость (21%). Респонденты в возрасте старше 35 лет рассматривают мотивационный фактор «наличие коммерческой идеи» более существенным, чем респонденты моложе 35 лет; однако рыночные возможности – гораздо более существенный мотивационный фактор для возрастной группы до 35 лет, чем для респондентов старше этого возраста. Исследование также выявило, что независимость является наиболее мощным мотивационным фактором для предпринимателей первого поколения, в то же время она не имеет практически никакого значения для респондентов, являющихся предпринимателями во втором поколении (всего 4% от данной группы). В то же время поддержка семьи – это основной мотивационный фактор для предпринимателей во втором поколении, занятых в семейном бизнесе (74%) и в бизнесе другого вида (34%). Также выявлено, что существенное влияние на распределение мотивационных факторов оказывает уровень профессионального опыта. Влияние поддержки семьи ослабевает при увеличении уровня профессионального опыта; в то же время это наиболее существенный мотивационный фактор для тех, кто начинает предпринимательскую деятельность, не имея профессионального опыта; наконец, это наименее существенный мотивационный фактор для тех, кто имеет более чем 10-летний профессиональный опыт. Независимость выступает наименее важным фактором для предпринимателей, которые начинают свою деятельность, не имея никакого профессионального опыта в сфере своего бизнеса, в то же время это наиболее существенный мотивационный фактор для предпринимателей с наличием 5–10-летнего профессионального опыта. Выявлено также, что рыночные возможности не играют роли в качестве мотивационного фактора для тех, кто начинает предпринимательскую деятельность, не обладая профессиональным опытом, однако имеют тенденцию к усилению своего влияния и становятся наиболее существенным мотивационным фактором с приобретением профессионального опыта [4].

Таким образом, можно сделать вывод, что универсального набора мотивационных факторов предпринимательской деятельности, объяснимого с точки зрения психологии или типа личности, не существует. Существенными мотивационными факторами, выявленными многими исследованиями, проводимыми в разное время в различных странах (и потому их можно рассматривать как универсальные), являются независимость, рыночные возможности, поддержка семьи, наличие новой идеи (с коммерческим потенциалом). Тем не менее оценка влияния мотивационных факторов предпринимательской деятельности чрезвычайно важна, поскольку основными мотивационными факторами, согласно многим исследованиям, выступают именно внутренние. Существуют большие различия в оценке мотивационных факторов в зависимости от таких параметров, как регион проживания, пол, возраст, семейное положение, наличие и продолжительность профессионального опыта.

По своей природе предприниматели весьма амбициозны, стоимостные достижения для них не так важны, как независимость или победа в конкурентной борьбе.

Эмпирическими исследованиями также подтверждено, что несколько мотивационных факторов предпринимательской деятельности носят достаточно общий характер. В итоге предпринимательской деятельностью движут, предположительно, как мотивационные, так и когнитивные факторы. Последние включают способности, уровень

интеллектуального и профессионального развития, навыки работы в какой-либо области.

При этом важно учитывать и то, что мотивация и личностные характеристики не являются единственными определяющими факторами предпринимательской деятельности, существуют также значимые внешние факторы, которые играют важную роль (например, такие как экономика, доступность капитала, действия конкурентов, государственное регулирование предпринимательства).

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК / REFERENCES

1. Benz M., Frey B. S. Being Independent is a Great Thing: Subjective Evaluations of Self-Employment and Hierarchy // *Economica*. 2008. № 75 (298). P. 362–383.
2. Hechavaria D. M., Renko M., Matthews C. H. The nascent entrepreneurship hub: goals, entrepreneurial self-efficacy and start-up outcomes // *Small Business Economics*. 2011.
3. Gimeno J. Survival of the fittest? Entrepreneurial human capital and the persistence of underperforming firms / J. Gimeno, T. B. Folta, A. C. Cooper, C. Y. Woo // *Administrative science quarterly*. 1997. № 42 (4). P. 750–783.
4. A Study by National Knowledge Commission. Entrepreneurship in India. National Knowledge Commission. 2008 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.knowledgecommission.gov.in> (дата обращения: 02.02.2013).

УДК 332.1
ББК 65.042

Утюшева Лариса Дмитриевна,
соискатель кафедры менеджмента
Волгоградского государственного университета,
г. Волгоград,
e-mail: m.utysheva@mail.ru

Utyusheva Larisa Dmitrievna,
Working on the scientific degree at the department
of management of Volgograd state university,
Volgograd,
e-mail: m.utysheva@mail.ru

ОСОБЕННОСТИ УЧАСТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА В РАЗВИТИИ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

THE PECULIARITIES OF SMALL-BUSINESS PARTICIPATION IN THE DEVELOPMENT OF SOCIAL AND ECONOMIC SYSTEM OF MUNICIPAL ENTITY

В статье рассмотрены основные сферы и отрасли системы муниципального образования, описывающие комплексное социально-экономическое развитие территорий. В результате исследования основных показателей было установлено значение деятельности малых предприятий в структуре занятости и доходов населения, развитии экономики и сферы услуг муниципального образования, что позволило определить характер реализации функциональных особенностей малого бизнеса, обуславливающих устойчивое социально-экономическое развитие территорий в системе местного самоуправления.

The author reviews the basic spheres and branches of the system of municipal entity that describe the integrated social and economic development of the territories. The research of the main indices have resulted in determination of the value of activity of small businesses in the structure of population employment and revenues, development of economics and services of municipal entity, which allowed defining the nature of implementation of functional peculiarities of small business that stipulates the stable social-economic development of the territories in the system of local self-government.

Ключевые слова: малый бизнес, муниципальное образование, социально-экономическое развитие, занятость населения, экономическая база, сфера услуг.

Keywords: small-business, municipal entity, social and economic development, population employment, economic base, sphere of services.

Одним из определяющих факторов социально-экономического развития муниципального образования является эффективная реализация экономического потенциала его территорий как необходимое условие обеспечения основы для повышения качества жизни всех слоев местного населения. Экономические возможности малого бизнеса, обусловленные его гибкостью, динамичностью и инновационной активностью, во многом связывают с гарантом самодостаточного устойчивого социально-экономического развития территорий муниципальных образований, так как именно малые предприятия, потребляющие местные ресурсы и реализующие свою продукцию преимущественно на местном рынке, в настоящее время выступают катализатором социально-экономического развития местных территорий [1, с. 48].

Данное обстоятельство обуславливает необходимость исследовать, в какой степени участие малого бизнеса влияет на процесс развития основных сфер социально-экономической жизни территорий в рамках системы местного самоуправления.