

УДК 331.101.3: 005.551

UDC 331.101.3: 005.551

**МОТИВАЦИЯ ТРУДОВОЙ И  
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ  
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

**MOTIVATION OF LABOR AND  
ENTREPRENEURIAL ACTIVITY**

Белых Владимир Иванович  
к.т.н., профессор

Belykh Vladimir Ivanovich  
Cand.Tech.Sci., professor

Полковникова Светлана Геннадьевна  
к.э.н., доцент  
*Омский государственный технический  
университет, Омск, Россия*

Polkovnikova Svetlana Gennadievna  
Cand.Econ.Sci., associate professor  
*Omsk State Technical University, Omsk, Russia*

В статье рассматривается эволюция деловой и конкурентной мотивации предпринимательских структур в бизнесе. Приведена классификация мотивов трудовой и конкурентной деятельности, отмечены особенности анализируемых мотивов

The article considers the evolution of the business and competitive motivation of entrepreneurial structures in business. The classification of the motives of labor and competitive activities, marked by the features of the analyzed motives is given

Ключевые слова: МОТИВАЦИЯ, ТРУДОВАЯ И ДЕЛОВАЯ МОТИВАЦИЯ, КОНКУРЕНТНАЯ МОТИВАЦИЯ ДЕЛОВОЙ АКТИВНОСТИ

Keywords: MOTIVATION, LABOR AND BUSINESS MOTIVATION, COMPETITIVE MOTIVATION OF BUSINESS ACTIVITY

Развитие человеческого общества, так же, как и развитие живой природы вообще, постоянно осуществляется в обстановке соперничества различных видов, подвидов, образующих его структуру. В этом состоит не только схожесть природы и общества, но и важное влияние природы на современное общество, в том числе на современную систему бизнеса.

Разнообразие потребностей человека обуславливает и разнообразие мотивов поведения и деятельности, однако одни мотивы довольно часто актуализируются и оказывают существенное влияние на поведение человека, другие действуют только в определенных обстоятельствах. Главные виды мотивов трудовой деятельности представлены на рисунке 1.

Мотив самоутверждения – это мотив, при котором человек стремится утвердить себя в обществе, пытаясь доказать окружающим, что он чего-то стоит, получить определенный статус и иметь уважение. Мотив самоутверждения связан с чувством собственного достоинства человека, его честолюбием и самолюбием.

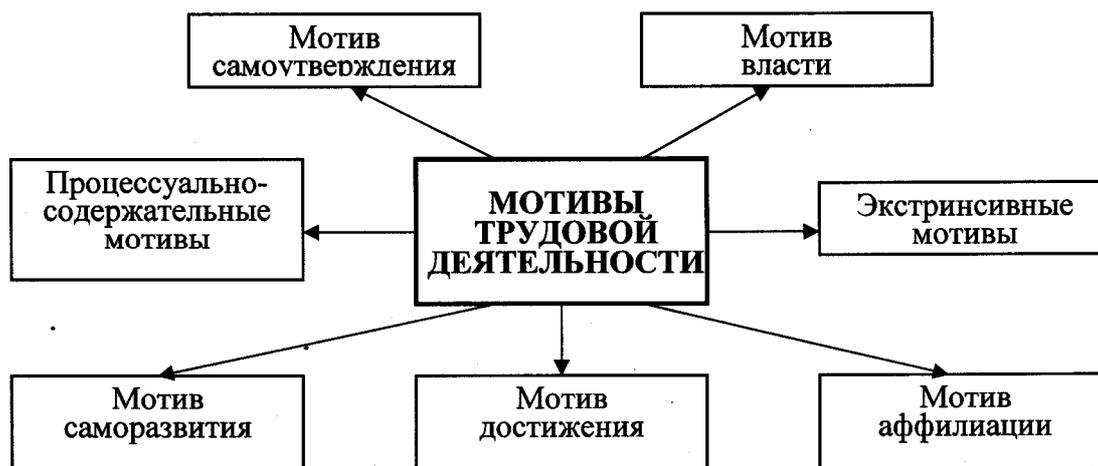


Рисунок 1. Мотивы трудовой деятельности

Мотив власти проявляется в стремлении человека влиять на людей. Потребность во власти является одной из самых движущих сил человеческого общества. Это стремление занимать руководящую позицию в обществе, пытаться руководить людьми, определять и регламентировать их деятельность. Желание человека властвовать над другими людьми и руководить ими заставляет его в процессе своей трудовой деятельности активизировать все свои действия на преодоление трудностей и прилагать при этом огромные усилия.

Процессуально-содержательные мотивы определяются побуждением человека к активности процессов и содержанием деятельности, а не влиянием внешних факторов. Ему нравится выполнять ту или иную работу, проявлять свою интеллектуальную или физическую активность и его интересует содержание того, чем он занимается, а не результат который он получит.

Экстринсивные (внешние) мотивы – такая группа мотивов, когда побуждающие факторы лежат вне деятельности человека. В случае действия экстринсивных мотивов к деятельности побуждают не содержание, не процесс деятельности, а факторы, которые

непосредственно с ней не связаны (например, престиж или материальные факторы).

Мотив саморазвития – стремление к саморазвитию, самоусовершенствованию. Это важный мотив, который побуждает индивида много работать и развиваться. По мнению А. Маслоу, это стремление к полной реализации своих способностей и желание ощущать свою компетентность.

А. Маслоу утверждал, что развитие происходит тогда, когда следующий шаг вперед объективно приносит больше радостей, больше внутреннего удовлетворения, чем предыдущие приобретения и победы, которые стали чем-то обычным и даже надоели [1].

При мотиве достижения человек стремится достичь высоких результатов в деятельности, выбирать более сложные задания и стараться их выполнить. Успех в той или иной деятельности зависят не только от способностей, навыков, знаний, но и от мотивации достижения. При этом человек с высоким уровнем данной мотивации стремится получить высокие результаты, усиленно работает ради достижения поставленных целей.

Мотивация достижения (и поведение, которое направлено на высокие результаты) даже у одного и того же человека не всегда одинакова и зависит от ситуации и предмета деятельности.

Мотив аффилиации (от англ. affiliation – присоединение) – стремление к установлению или поддерживанию отношений с другими людьми, стремление к контакту и общению с ними. Сущность аффилиации состоит в самооценности общения. Аффилиативное общение – это такое общение, которое приносит удовлетворение, захватывает, нравится человеку.

Индивид, однако, может общаться и потому, что пытается уладить свои дела, установить полезные контакты с необходимыми людьми. В

таким случае общение побуждается другими мотивами, является средством удовлетворения других потребностей личности и с аффилиативной мотивацией ничего общего не имеет.

Мотивационная сфера является достаточно динамичной: значение и влияние отдельных мотивов меняются (соответственно, меняется и иерархия мотивов). Различные факторы могут изменять эту иерархию, однако, невзирая на динамичность мотивационной сферы, каждому человеку присуща относительная стабильность иерархии мотивов. Можно утверждать, что мотивы, которые побуждают нас к деятельности, являются относительно устойчивыми, неизменными в течение определенного промежутка времени. Относительная стабильность иерархии мотивов предопределяется тем, что личность в целом и мотивы в частности не так уж легко подвергаются изменению.

Следовательно, общий уровень мотивации зависит:

- от количества мотивов, которые побуждают к деятельности;
- от актуализации ситуативных факторов;
- от побуждающей силы каждого из этих мотивов.

Таким образом, несмотря на влияние различных факторов, которые способны изменить иерархию мотивов, есть основания считать ее относительно стабильной.

Содержание конкурентных действий субъектов предпринимательского бизнеса и их конкурентное позиционирование непосредственно определяется предпринимательской мотивацией, т.е. системой побуждений компании к началу, возобновлению или усилению деятельности. Она является связующим звеном между совокупностью их интересов и конкурентными действиями. Деловые интересы предпринимателей, прежде чем привести к их действиям внутри конкурентной среды, обязательно должны быть выражены посредством побудительных мотивов к началу, восстановлению или усилению бизнеса.

Деловая мотивация субъектов бизнеса опирается на утвержденные владельцами и руководством компании бизнес-идеи, она имеет корпоративный, либо автократический характер в зависимости от типа собственности, организационно-правовой формы и типа внутриорганизационного менеджмента.

В системе побуждений компании к деловой активности преобладают конкурентные мотивы. Почему компания считает целесообразным войти в столкновение с теми или иными прямыми соперниками, либо включиться в определенную цепочку ценностей, либо добиться высокой оценки своей общественной ценности? Она делает это потому, что ее бизнес всегда складывается в конкурентной среде, не считаться с которой руководство данной компании не вправе [2].

Конкурентная мотивация субъектов бизнеса содержит совокупность мотивов, которыми руководствуются компании, обдумывая, против каких именно соперников они намерены действовать, ради достижения каких целей и с помощью каких инструментов. Наряду с ними, конкурентная мотивация включает процесс формирования побудительных мотивов к осуществлению конкурентных действий. Деловые интересы субъектов бизнеса вначале должны обрести характер побудительных мотивов, и лишь затем данные побуждения могут привести к действиям.

Конкурентные действия субъектов бизнеса всегда имеют мотивированный характер, однако, уровень мотивированности этих действий может оказаться неодинаковым. Конкуренция обнаруживает немотивированный характер лишь в том случае, когда субъекты предпринимательского бизнеса совершают действия, вызванные стрессовыми ситуациями, под влиянием внезапных импульсов. За пределами таких ситуаций, компании, стремящиеся к занятию наилучших конкурентных позиций, все же стараются мотивировать свои действия.

Целесообразно выделять следующие мотивы конкурентных действий, которыми руководствуются субъекты бизнеса, старающиеся наиболее полно учесть в этих действиях свои деловые интересы (рис. 2).

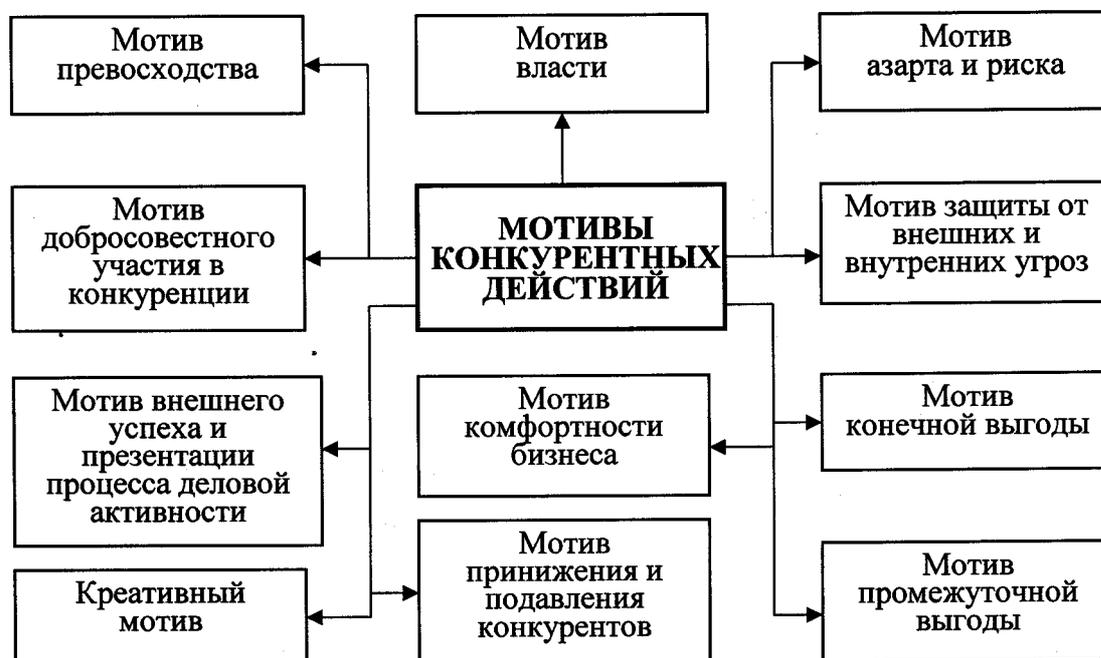


Рисунок 2. Мотивы конкурентных действий

Каждый из представленных выше мотивов имеет рациональный характер и обязательно в той или иной степени присутствует в общей мотивации субъектов предпринимательского бизнеса к конкурентным действиям. Их совокупность надо разделить на две группы. К первой группе относятся содержательные мотивы конкурентных действий (мотив конечной выгоды, мотив промежуточной выгоды, мотив обеспечения безопасности бизнеса). Эти мотивы побуждают компании к борьбе за цели, ради достижения которых они были созданы.

Мотив конечной выгоды состоит в сравнительной максимизации прибыли, увеличении числа объектов владения (росте богатства), развитии способностей субъектов бизнеса к совершению последующих действий. Именно для решения данных задач, в конечном счете, и создаются предпринимательские фирмы.

От мотива конечной выгоды следует отличать мотив промежуточной выгоды. Мотив промежуточной выгоды состоит в обеспечении конкурентных преимуществ. Это включает достижение лучшего, нежели у соперников, конкурентного статуса, усиление конкурентных действий, повышение степени устойчивости конкурентных позиций.

Мотив обеспечения безопасности бизнеса обусловлен необходимостью постоянной защиты компании от внутренних и внешних угроз. Без этого ни один руководитель никогда не сможет добиться от своих сотрудников выполнения промежуточных и конечных планов. Угрозы деятельности компании подразделяются на обычные и необычные (обусловленные форс-мажорными обстоятельствами).

Обычные внутренние угрозы безопасности бизнеса обуславливаются наличием внутриорганизационных противоречий, которые могут распространяться на все уровни организационной структуры компании и вызываться различными причинами.

Обычные внешние угрозы обуславливаются наличием барьеров, которые создаются под воздействием «сил конкуренции».

Вторая группа мотивов – технологические мотивы конкурентных действий. К ним относятся мотивы, которые обусловлены объективной необходимостью поддержания и развития процесса конкурентного противостояния субъектов бизнеса безотносительно к содержанию самих конкурентных действий. Неизбежность конкуренции порождает особую мотивацию конкурентов на процесс соперничества как таковой. Поэтому технологическими мотивами конкурентных действий, как и содержательными мотивами, в той или иной мере непременно руководствуются все без исключения субъекты бизнеса.

Мотив творческого начала в бизнесе состоит в реализации инновационного потенциала, свойственного в той или иной мере каждому из субъектов бизнеса. Каждому предпринимателю свойственно творческое

начало, иначе он просто никогда не сможет заниматься предпринимательским бизнесом. Его отличие от мотивов конечной и промежуточной выгоды состоит в том, что выгода от реализации рассматриваемого мотива не является очевидной. Значимость данного мотива гораздо выше для малоизвестных компаний, старающихся обратить на себя внимание, либо для тех из них, кто профессионально специализируется именно в инновационном бизнесе.

Мотив обеспечения комфортности бизнеса состоит в побуждении к действиям, которые позволили бы добиться относительного постоянства деловой практики, включая пребывание в составе устраивающих компанию цепочек ценностей, относительного удобства во взаимодействии с внешним окружением, относительной легкости в осуществлении конкурентных маневров, удовлетворения от произведенных действий и предпринимательской гордости [3].

Мотив самоутверждения в соперничестве не тождествен креативному мотиву, ибо в основе каждого из названных мотивов находятся разные технологические интересы, хотя при объяснении обоих избежать слова «утверждение» не удастся. Между тем, в основании творческой мотивации конкурентов лежит стремление реализовать свой дремлющий инновационный потенциал, а в основании утверждающей мотивации лежит стремление субъектов бизнеса утвердить себя в качестве действующих конкурентов. Данное стремление претворяется в жизнь при обязательном обеспечении какого-либо превосходства над представителями внешнего окружения, хотя бы в чем-нибудь.

Речь идет не только о создании нового конкурентного преимущества, но и об обеспечении превосходства в отдельных элементах деловой деятельности, которые в отрыве от других элементов еще не являются самостоятельными конкурентными преимуществами. Руководство компании мотивирует свои действия желанием сделать так, чтобы все

внешнее конкурентное окружение данной компании признало ее конкурентоспособность и впоследствии считалось с фактом ее присутствия в системе бизнеса, в том числе и с тем, что данная компания может быть не только партнером по совместной деятельности, но и источником опасности, генератором угроз.

Мотив принижения и подавления конкурентов проявляется посредством разных по интенсивности конкурентных действий и вовсе не обязательно является достоянием лишь острой, обоюдоострой и ожесточенной конкуренции. Принижение конкурентов, действительно, доходящее до подавления их в условиях, когда соперники лишены возможности оказывать какое-либо сопротивление, свойственно любым видам и методам конкурентных действий. Компания, не мотивированная в должной мере на принижение конкурентов, обязательно окажется подверженной другой мотивировке, которую никак нельзя признать рациональной – мотивировке на восхваление конкурентов и подчинение им. Субъектам бизнеса, не нацеленным на борьбу, лучше вообще не выходить «на ковер» и отдаться чувственному восприятию конкурентных преимуществ своих соперников в духе новомодного садомазохизма.

Можно заметить, что мотив принижения и подавления конкурентов не стоит путать с мотивами жестокости, цинизма, безжалостности, которые порой проявляются в действиях отдельных субъектов бизнеса, готовых на всё, вплоть до «применения динамита к конкуренту».

Большое значение конкурентного поведения субъектов бизнеса имеет мотив внешнего успеха и презентации процесса деловой деятельности. Участие в процессе соперничества должно, в идеале, сопровождаться для субъектов бизнеса созданием, поддержанием и развитием внешних атрибутов успеха. Каждый из них желает стать элементом социального престижа для своего конкурентного окружения.

Субъектам бизнеса необходимо, чтобы о них постоянно говорили, их обсуждали, разумеется, в положительном контексте.

Мотив соответствия закону и общепринятым нормам делового оборота относится к числу технологических мотивов конкурентных действий, так как субъекты бизнеса вынуждены действовать лишь в пределах правового коридора, границы которого задаются применяемыми государственными и международными правовыми нормами. В свою очередь общепринятые нормы делового оборота задают параметры этического поля конкуренции. Любые субъекты бизнеса всегда заинтересованы в создании и поддержании репутации законопослушных и этических предпринимателей, а добиться этого, занимаясь лишь постоянной презентацией себя в указанном амплуа невозможно.

Мотив азарта состоит из увлечения (увлекающего побуждения) субъектов бизнеса соперничеством как таковым. Начав борьбу, многие из них порой не могут остановиться вплоть до полной ликвидации бизнеса вследствие разорения компании.

Мотив риска также относится к числу технологических мотивов конкурентных действий. Риск – это форма конкурентного действия, выполняемого в условиях выбора, когда существует опасность в случае неудачи оказаться в худшей позиции, чем до выбора. Поэтому риск в конкуренции может быть определен как форма целеполагания в условиях неопределенности угроз со стороны внешнего окружения, исполнение которых способно разрушить безопасность бизнеса.

Планируя конкурентные действия, субъекты бизнеса всегда стремятся минимизировать риск, чтобы придать своим позициям большую устойчивость. Вместе с тем в действиях многих постоянно наблюдается в той или иной мере и мотив риска, т.е. стремление рискнуть. Данный мотив особенно распространен в двух разновидностях бизнеса – в массовом мелком предпринимательстве в сфере потребительских услуг и в

инновационном предпринимательстве, особенно в сфере высоких технологий.

Готовность к риску обуславливается уровнем конкурентного потенциала компании. Руководство компании обязано отдавать себе отчет в постоянной необходимости предпринимать какие-либо рискованные шаги и понимать, что оно никогда не обладает исчерпывающей информацией о своем окружении, равно, как и об уровне своей реальной конкурентоспособности.

Содержательные и технологические мотивы конкурентных действий всегда имеют непрерывный характер. Дискретный характер какого-либо мотива не имеет прагматической основы. Другое дело, что каждый из перечисленных мотивов проявляется с разной силой. Кроме того, в реальной конкурентной практике субъектов бизнеса наблюдаются явления, которые следует называть замещением мотивов, конфликтом мотивов и переплетением (гибридизацией) мотивов.

Замещение мотивов конкурентного поведения – это ослабление влияния того или иного реально существующего мотива и усиление другого мотива.

Под конфликтом мотивов конкурентного поведения следует понимать объективно существующее противоречие между различными мотивами, действующими одновременно и обуславливающими сложность выбора компанией видов, направлений и методов конкурентных действий. Ради сиюминутной текущей выгоды или ради обеспечения комфортных условий бизнеса руководство компании может пренебречь мотивом обеспечения безопасности, мотивом конечной выгоды, другими мотивами. Под переплетением мотивов конкурентного поведения понимается формирование общей мотивации компании к соперничеству на основе учета отдельных мотивов сообразно сравнительной силе их влияния (их «удельному весу»).

Переплетение мотивов является наиболее последовательным выражением рационального начала в формировании владельцами и высшими менеджерами компании конкурентной мотивации. Именно данный способ разрешения конфликта мотивов следует признать самым прагматическим; им чаще всего и пользуются образованные руководители компаний в процессе планирования конкурентных действий.

Разграничение деловых интересов взаимно конкурирующих компаний и их конкурентных побудительных мотивов необходимо также для выработки правильного, непротиворечивого понимания того, почему конкурентные действия субъектов бизнеса далеко не всегда приводят к достижению желаемых результатов, а для немалого числа соперничающих компаний и вовсе оборачиваются сокрушительными провалами.

Деловые интересы субъектов предпринимательского бизнеса всегда имеют объективный характер. Они обусловлены потребностями функционирования и развития этих субъектов бизнеса и возможностями удовлетворения данных потребностей с помощью ресурсного потенциала компании, в том числе и человеческого. Что же касается конкурентных мотивов, то они не могут быть отнесены к числу объективных обстоятельств деловой деятельности данной компании.

#### Литература

1. Годфруа Ж. Что такое психология: в 2-х т. Т.1.. – М.:Мир, 1992.
2. Рубин Ю.Б. Конкурентные ситуации на разных стадиях бизнеса // Маркетинг и маркетинговые исследования. 2004. № 2 (50).
3. Рубин Ю.Б. Теория и практика предпринимательской конкуренции. – М.: ООО «Маркет ДС Корпорейшн». 2004.
4. Портер М. Конкурентное преимущество: Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость/ Пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс. 2005.