

СОЦИОНИКА И МОТИВАЦИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Рассмотрены психологические типы предпринимателей, выделенные с использованием соционического подхода. Разработан мотивационный шаблон будущих и действующих предпринимателей, позволяющий не только выявить основные мотиваторы деятельности предпринимателей, но и определить проблемы их развития и функционирования на рынке.

Соционика, информационная психология (англ. *socionics*) – учение о восприятии человеком информации об окружающей реальности и информационном взаимодействии между людьми. Соционика была создана в начале 1970-х годов литовским экономистом и социологом Аушрой Аугустинавичюте на основе работы Карла Густава Юнга "Психологические типы" и теории Антония Кемпиньского об информационном метаболизме. Название "соционика" происходит от одного из терминов теории – социон (от лат. *societas* – общество).

Информационным метаболизмом в соционике называется процесс восприятия, селекции и обработки психикой сведений об окружающем мире и протекающих в нем процессах. В исследованиях на Западе термин "*socionics*" также употребляется к междисциплинарной области изучения сложных информационных систем искусственного интеллекта и их приложениям в социологии.

С момента своего изобретения, соционика рассматривалась в двух различных контекстах: как типология, ставящая своей целью изучение человеческой психики, и как социопрактика, предназначенная для регулирования человеческих отношений. Сама Аушра Аугустинавичюте считала оба этих контекста одинаково важными. По мнению последователей, соционика как "инструментальная" дисциплина предлагает всем, занятым исследованием и приложениями "человеческого фактора" (психологам и социологам, обществоведам и политологам), свой оригинальный "инструментарий" – так называемые модели типов информационного метаболизма, прекогнитивный и рекогнитивный метод исследования психики человека (информационной системы), его индивидуальных и личностных характеристик и свойств.

Соционические категории пока остаются умозрительными и не прошли должную научную

проверку. В то же время, защищены несколько диссертаций, в которых применялись теории соционики. По сведениям журнала "Соционика, ментология и психология личности", в 1995 году российской общественной организацией "Академия естественных наук" (РАЕН) соционика признана открытием, а ее создатель – Аушра Аугустинавичюте – награждена дипломом об открытии и медалью имени Петра Капицы.

В отличие от большинства других психологических дисциплин, соционика предполагает своей целью использование элементов соционического знания в массовом порядке, по возможности всеми людьми, для оптимизации человеческих отношений и совместной деятельности. В настоящее время соционика является средством коммуникации для значительного числа людей, в особенности в России, Украине и Прибалтике. Представления о соционических типах, аспектах и интертипных взаимодействиях широко используются в повседневной жизни людей.

Соционику как научное направление можно использовать и в теории предпринимательства с позиции мотивации предпринимателей и выявлении предпринимательских типов личности, руководствующихся различными мотивами в своей деятельности.

Применение соционических подходов к выделению мотивов предпринимательской деятельности позволило разделить психологические типы предпринимателей на четыре группы.

1. Сенсорные логики – производственная сфера деятельности. Для них характерна ориентация на результат в деловой области.

2. Интуитивные логики – научная и творческая сфера деятельности. Для них характерна ориентация на процесс в деловой области.

3. Сенсорные этики – социальная сфера деятельности. Для них характерна ориентация на результат в человеческой области.

ПРОБЛЕМЫ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЕ ОРГАНИЗАЦИЯМИ

4. Интуитивные этики – гуманитарная сфера деятельности. Для них характерна ориентация на процесс в человеческой области.

Для разных психологических типов характерны различные потребности и мотиваторы деятельности (таблица 1).

Таблица 1

Мотиваторы и психологические типы предпринимателей [2]

1. Сенсорные логики	2. Интуитивные логики
1. Личный успех, высокий доход. 2. Власть и влияние. 3. Стремление к достижениям. 4. Дух авантюризма.	1. Разнообразие и перемены. 2. Креативность, интересная и полезная работа. 3. Самосовершенствование.
3. Сенсорные этики	4. Интуитивные этики
1. Социальные контакты. 2. Признание и престиж.	1. Взаимоотношения. 2. Моральные и физические условия труда, структурированность работы. 3. Общественное признание.

Предприниматели как особый психологический тип человеческой популяции являются наиболее активной ее частью, импульс поведения которой превышает величину инстинкта самосохранения. Их естественное и необходимое стремление к выгоде вполне совместимо с гуманностью и государственностью, а, следовательно, нуждается не в противопоставлении обществу, выделении в особый слой, а всесторонней поддержке. Поскольку потребности существуют в диалектическом единстве с мотивами, интересами и стимулами, то для повсеместного распространения предпринимательства необходимо сформировать у экономически активного населения сильные и устойчивые мотивы к самостоятельной экономической деятельности, для чего нужно создать стимулы, способствующие возникновению субъективно-интереса к предпринимательству, а интерес,

в свою очередь, перерастает в личную потребность.

На рынке предпринимательского труда можно выделить семь психологических типажей: "Флюгер", "Простак", "Недотрога", "Знайка", "Аккуратист", "Философ", "Инопланетянин". У каждого из этих типов есть свой недостаток – недостаточная верность избранному пути (Флюгер), упрощенный взгляд на вещи (Простак), мнительность (Недотрога), чрезмерное теоретизирование, не подкрепленное практикой (Знайка), приверженность заведенному порядку (Аккуратист), излишняя мечтательность (Философ), неадекватная мотивация (Инопланетянин). Умеренное проявление любой из этих черт не представляет опасности, но если они ярко выражены, то для повышения своих шансов на успех им следует постараться избавиться от данных недостатков (таблица 2).

Таблица 2

Психологические типажи на рынке предпринимательского труда [4]

Типаж	Характерные черты
Флюгер	Верно определяет перспективные направления развития, но редко доводит дело до создания нового предприятия.
Простак	Склонен все упрощать, считает, что любое новое дело можно создать в два счета. Такие люди часто становятся прекрасными продавцами. Они могут заставить поверить даже в самый невероятный проект.
Недотрога	Настолько влюблен в свою собственную идею, что каждого подозревает в намерении ее украсть. Эта мания преследования мешает установлению отношений взаимопомощи доверия.
Знайка	Обладает прекрасными познаниями в области теории, которые не подкреплены практическими навыками.
Аккуратист	Настолько привык к порядку, что в критическую минуту теряется и не может управлять ситуацией в обстановке неопределенности и хаоса.
Философ	Не слишком стремится воплотить идею в реальное дело. Любит посещать различные семинары, тренинги, участвовать в дискуссиях, но не рвется к конкретным действиям и свершениям, поэтому ему необходимо иметь хорошую команду управляющих.
Инопланетянин	Не имеет адекватной мотивации и целей для создания и развития собственного дела.

ПРОБЛЕМЫ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЕ ОРГАНИЗАЦИЯМИ

Опыт общения с российскими компаниями показал, что под системой мотивации обычно понимается некий весьма замысловатый способ расчета сдельной зарплаты. Данная проблема обусловлена тем, что задача мотивации на предприятиях обычно не прописана и не визуализирована. Задача мотивации считается "очевидной" и в реальности остается туманной идеей, в которую каждый вкладывает что-то свое. Часто понятия "зарплата", "мотивация", "стимулирование" и "поощрение" подменяют друг друга. То же самое касается и предпринимателей. В обществе и в государственных структурах много говорится о необходимости развития предпринимательской деятельности, о мотивации, однако, что это подразумевает под собой, и на что должно быть направлено стимулирование однозначного ответа нет. Для устранения данного клубка проблем необходимо создать модель разработки и визуализации направленной мотивации будущих и действующих предпринимателей, представляющую собой карту

правильного поведения или мотивационный шаблон.

Карта правильного поведения – это матрица, изображающая структурированный список поведенческих качеств личности, которыми мы бы хотели, чтобы обладали предприниматели. Предполагается, что именно на эти качества необходимо мотивировать как будущих, так и действующих предпринимателей. Матрица включает четыре блока.

1. Личное (Я).

2. Межличностное (Я и Ты; взаимоотношения с партнерами, коллегами, государством и т.д.).

3. Коллективное (Мы; взаимоотношения с сотрудниками).

4. Корпоративное (Мы все; деятельность предприятия) [3].

Составим карту правильного поведения для будущих и действующих предпринимателей (таблица 3).

Таблица 3

Мотивационный шаблон будущих и действующих предпринимателей [3]

Будущие предприниматели	
<i>Личное</i>	<i>Межличностное</i>
1. Самостоятельность. 2. Самореализация. 3. Творческая инициатива. 4. Инновационные нестандартные, но реально воплощаемые идеи. 5. Образованность. 6. Финансы.	1. Социальные контакты. 2. Ответственность. 3. Стремление установить партнерские доверительные отношения с государством и деловой средой.
<i>Корпоративное</i>	<i>Коллективное</i>
1. Стремление к успеху в реализации бизнес-идеи. 2. Стремление завоевать определенную нишу на рынке.	1. Стремление к найму квалифицированных опытных и надежных кадров. 2. Внедрение эффективной системы труда, вознаграждения и поощрения.
Действующие предприниматели	
<i>Личное</i>	<i>Межличностное</i>
1. Стремление к объективному риску. 2. Независимость от государственных структур. 3. Креативность мышления, идей, планов и проектов. 4. Опыт и профессионализм (стремление к саморазвитию, самообучению и самосовершенствованию). 5. Правильный образ жизни и соблюдение нравственного кодекса предпринимательского поведения. 6. Финансы.	1. Социальные привязанности. 2. Долгосрочные партнерские отношения. 3. Поддержка и одобрение со стороны государства. 4. Реализация социальной роли (благотворительность, меценатство и т.д.). 5. Социальная ответственность. 6. Реализация функций экономического и социального развития. 7. Позитивный имидж в обществе.
<i>Корпоративное</i>	<i>Коллективное</i>
1. Расширение производства, создание новых рабочих мест. 2. Снижение риска банкротства – стремление к надежности. 3. Стремление к процветанию бизнеса, накоплению капитала. 4. Социально-ориентированная деятельность. 5. Внедрение новых хозяйственных комбинаций и эффективных способов и средств производства и труда.	1. Сохранение коллектива во время кризисов и трудностей. 2. Социальная ответственность перед сотрудниками (цели предпринимателя и цели сотрудников должны совпадать. Принцип деятельности: "мы едины – значит мы непобедимы").

ПРОБЛЕМЫ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЕ ОРГАНИЗАЦИЯМИ

Карта правильного поведения позволяет не только выявить основные мотиваторы деятельности предпринимателей, но и определить проблемы. Более того, ее можно использовать и при разработке и структуризации отрицательной мотивации, для чего необходимо построить шаблон страхов предпринимателя и шаблон опасностей (демотиваторов) предприниматель-

ской деятельности. Шаблон страхов демонстрирует, чего условно может бояться предприниматель при организации нового дела, а шаблон опасностей – особенности поведения или воспитания предпринимателя, которые могут нанести определенный ущерб предпринимательской деятельности (таблица 4).

Таблица 4

Шаблон страхов и опасностей

Шаблон страхов предпринимателей при организации нового дела	
<i>Личное</i>	<i>Межличностное</i>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Я боюсь самостоятельности и независимости. 2. Я боюсь рисковать. 3. Я боюсь самонереализоваться. 4. Я боюсь ответственности. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Я боюсь осуждения друзей и общественности. 2. Я боюсь отказа в поддержке со стороны государства и общества.
<i>Корпоративное</i>	<i>Коллективное</i>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Я боюсь стать безработным вследствие краха идеи, предприятия. 2. Я боюсь отсутствия спроса на предлагаемый мною товар или услугу. 3. Я боюсь получить выручку, которая не позволит мне выплатить долги и отчитаться перед государством. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Я боюсь нанять неквалифицированных и ненадежных сотрудников. 2. Я боюсь недовольства коллектива.
Шаблон опасностей при осуществлении предпринимательской деятельности	
<i>Личное</i>	<i>Межличностное</i>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Недостаточный профессионализм и необразованность предпринимателя. 2. Жадность. 3. Расточительность. 4. Эгоизм, безнравственность, немилосердность. 5. Стремление к роскоши и ее всеобщей демонстрации. 6. Зависимость от государственных структур. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Трудности во взаимоотношениях с потребителями, партнерами, государством и обществом. 2. Неспособность или неготовность к долгосрочным и доверительным отношениям. 3. Негативный имидж в обществе и деловой среде. 4. Отсутствие социальной ориентации бизнеса. 5. Безответственность.
<i>Корпоративное</i>	<i>Коллективное</i>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Нестабильное положение предприятия на рынке. 2. Страх конкуренции (действия, противоречащие антимонопольному законодательству). 3. Неэффективность производства, рутинный характер бизнеса. 4. Высокий риск потерь и краха предприятия (банкротства). 5. Падение спроса, падение продаж, уменьшение выручки, низкая прибыль или ее полное отсутствие. 6. Бизнес направлен исключительно на удовлетворение личных потребностей предпринимателя. 7. Соккрытие проблем, связанных с ведением бизнеса. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Неспособность решать конфликты внутри коллектива. 2. Отсутствие интереса к деятельности сотрудников и их жизни. 3. Разобщенность целей собственника и наемных работников, неумение налаживать эффективный диалог. 4. Командно-административный стиль управления. 5. Страх лишиться уважения коллектива. 6. Страх потерять квалифицированных работников.

Структурированное изображение поведения предпринимателей, которое является желательным и на которое направлена мотивация – весьма полезный инструмент. Понимая карту правильного поведения, гораздо легче подобрать инструменты для стимулирования их деятельности и мотивации.

Разнообразие форм предпринимательской деятельности и типов предпринимателей, условие социальной и экономической структуры общества должно сопровождаться своевременным включением адекватных этой структуре мотивационных механизмов, ориентирующих различные социальные группы, слои

и классы на эффективный труд, на позитивное социальное поведение, на реализацию общенациональной идеи экономического обновления страны в современных условиях, обеспечивающих благосостояние и социальную гармонию общества. Новый мотивационный механизм предпринимательской деятельности должен отвечать новым условиям: существенному расширению, усложнению и дифференциации интересов в обществе, а его формирование невозможно без осуществления сравнительного анализа мотивирующих факторов предпринимательского труда и предпринимательской деятельности.

Список литературы

1. Акимова О.Е. Мотивы предпринимательской деятельности // Вестник Института Дружбы народов Кавказа. 2011. № 1. С. 36-44.
2. Иванов Ю.В. Соционика и мотивация труда // Управление персоналом. 2005. № 18. С. 45.
3. Колесников С. Лабиринты мотивации // ЖУК. 2008. № 3. С. 27-28.
4. Хизрич Р. Предпринимательство или как завести собственное дело и добиться успеха: Вып. 1. Предприниматель и предпринимательство.

Н.В. Иевлева,

*канд. экон. наук, доцент кафедры экономики и менеджмента
Волжского политехнического института (филиала)
Волгоградского государственного технического университета*

АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ МЕТОДИЧЕСКОГО ИНСТРУМЕНТАРИЯ УПРАВЛЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬЮ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Рассматривается проблема управления эффективностью предпринимательской деятельности и направления ее решения при помощи использования методического инструментария, к которому автор относит элементы бюджетирования.

Оценка экономической эффективности предпринимательской идеи является ключевой при принятии решений о целесообразности инвестирования в нее средств. По крайней мере, такое предположение кажется правильным с точки зрения, как здравого смысла, так и с точки зрения общих принципов экономики. Несмотря на это, оценка эффективности вложений в предпринимательские идеи зачастую происходит либо на уровне интуиции, либо вообще не производится. В основном это вызвано нежеланием поставщиков решений вкладывать значительные усилия на проведение подробного предварительного анализа. Эта проблема проистекает из одного источника, а именно – отсутствия понятных и надежных методик оценки экономической эффективности предпринимательских идей.

Одно из решений проблемы – использовать инструменты управления эффективностью предпринимательской деятельности (бизнеса) (рис. 1). Внедрение объективной

системы инструментария управления эффективностью предпринимательской деятельности (ИУЭПД), разработанной для выявления и поддержки ключевых стимулирующих факторов без оглядки на политическую мощь или права неприкосновенности, является средством превращения обременительного процесса в нечто действительно полезное для предприятия.

Как видно на рисунке 1 составляющие элементы проблемы являются причиной для формирования инструментария управления эффективностью предпринимательской идеи. Формирование инструментария управления эффективностью предпринимательской идеи позволит выявить методику оценки экономической эффективности предпринимательской идеи и сконцентрировать усилия управленческого аппарата на проведение анализа экономической эффективности предпринимательской идеи с целью получения более эффективного результата и достижения целей.