

УДК 331

Загайнова Евгения Николаевна

ФАКТОРЫ МОТИВАЦИИ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ, РЕАЛИЗУЮЩИХ СОЦИАЛЬНО-ОТВЕТСТВЕННУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

В статье рассматривается мотивация предпринимателей к социальной ответственности бизнеса. Для каждого этапа развития предпринимательства характерны определенные мотивационные факторы. Мотивы предпринимателей формируются под воздействием внутренней и внешней среды, следовательно, направление деятельности на изменение внешней среды для повышения мотивации реализации социально ориентированных мероприятий предпринимателями будет называться мотивационным механизмом. Реализация государственной политики в области стимулирования предпринимательской социальной активности приведет к положительному эффекту, как для развития территории присутствия, так и для страны в целом.

Ключевые слова: бизнес, предприниматель, социально-ответственное предпринимательство, мотивация, мотивационный механизм, институт, государство.

Evgenia Zagainova

MOTIVATION FACTORS WHICH INFLUENCE ON BUSINESSMEN WHO CARRY OUT SOCIALLY RESPONSIBLE ACTIVITY

The article deals with businessmen's motivation towards social responsibility of business. The certain motivations factors are typical for each development stage of business. The businessmen's motives are formed under the influence of external and internal environment, therefore business directions towards changes if external area for motivation rise of socio-oriented activities by businessmen will be named a motivational mechanism. The realization of state policy in the field of business social activity stimulation leads to beneficial effect both for territory presence and country in whole.

Key words: business, businessman, socially responsible activity, motivation, motivational mechanism, institute, state.

Введение / Introduction. Предпринимательство – это один из важнейших секторов развития экономики России. Именно поэтому возникает вопрос об усилении внимания к предпринимателям как особому классу, осуществляющему всестороннюю поддержку экономики страны. Здесь в первую очередь речь идет о социальной направленности бизнеса, под которой мы будем понимать и законное ведение своего бизнеса, и различные мероприятия социального характера в области развития территории присутствия.

Социально-ответственное предпринимательство – инициатива экономического субъекта по введению инноваций в область производства товаров, работ, услуг, закрепленная обязанностью субъекта нести обязательства за совершенные действия и определяющая уровень жизни, с целью удовлетворения потребностей населения, и получения прибыли субъектом [2, с. 39].

Современная экономическая ситуация в России отражает необходимость социальной направленности рыночной экономики. На первый план выходят взаимоотношения общества, бизнеса и государства. Такие отношения являются основополагающими экономического развития страны в решении проблем социальной направленности [1, с. 81]. Необходимо уделить внимание вопросам о том, что побуждает предпринимателей осуществлять мероприятия социального характера. Каким образом можно простимулировать интерес бизнеса к данным направлениям деятельности. Ответ на эти вопросы позволит развить социально-ответственное предпринимательство и, как следствие, повышение уровня и качества жизни населения и на уровне региона, и на уровне страны в целом. Стоит четко понимать, что государство в одиночку не справляется со всеми проблемами в обществе, а совместно с бизнесом социальные вопросы будут решаться быстрее и качественнее.

Актуальным остается вопрос, как предприниматель принял решение заниматься социальной ответственностью, что побудило его к данной деятельности, каковы причины стимулирующие его интерес осуществлять социально-направленные мероприятия. Мотивация к социальной ответственности бизнеса – это побуждение предпринимателя к действиям в области социально-экономического развития региона, сглаживания отрицательных воздействий на территорию, с учетом интересов внутренней и внешней среды.

Результаты и обсуждение / Results and discussion. С точки зрения мотивации, предпринимательская деятельность проходит ряд стадий до того момента, как приходит желание заниматься социальными вопросами, начиная с выбора сферы деятельности, когда будущий предприниматель еще только решал заняться бизнесом и выбирал сферу своих интересов, придумывая что-то новое с целью дальнейшего получения прибыли. Данному этапу присущи, прежде всего, личностные мотивы, такие как стремление быть независимым, состояться профессионально, быть успешным, известным и т. д. Далее идут этапы поиска капитала, ресурсов. Предприниматель сталкивается с ситуацией риска, наилучшей альтернативы, чтобы стать успешным в будущем. Мотивы нацелены на привлечение в бизнес нужных людей (персонал, инвесторы и т. д.). После того как данные стадии пройдены и бизнес уже состоялся, укрепился и развивается, приходит осознание того, что не только прибыль является главной целью, но и помощь обществу, т. е. предприниматель начинает активно участвовать в социальных вопросах жизни общества (рис. 1).



Рис. 1. Мотивационные факторы развития предпринимательской деятельности

Таким образом, мы выделяем пять типов мотивации, соответствующие этапу развития бизнеса и оказывающие различное воздействие на осуществление деятельности. При этом следует понимать, что достаточно сильная мотивация на первых стадиях не всегда приводит к пятому этапу развития

бизнеса. Рассмотренные мотивации могут быть характерны для нескольких этапов развития, т. е. они действуют не только в пределах одной стадии развития. Однако именно на стадии, которой присуща та или иная мотивация, ее влияние будет наиболее существенным. Рассматривая мотивы на каждой стадии, можно сделать вывод о том, что предприниматели находятся под воздействием либо внутренней, либо внешней среды, впоследствии формирующей мотивацию к осуществлению деятельности.

Можно утверждать, что мотивация – это внутренний стимул к действию, в данном случае к социально ориентированной предпринимательской деятельности, которая формируется под непосредственным воздействием внешней среды. При наличии знаний о факторах мотивации есть возможность воздействовать на среду и таким образом стимулировать поведение предпринимателей и тем самым их социально ориентированную деятельность. Следовательно, направление деятельности на изменение внешней среды для повышения мотивации реализации социально ориентированных мероприятий предпринимателями будет называться мотивационным механизмом социально-ответственного предпринимательства, под которым будем понимать деятельность, направленную на воздействие на мотивы предпринимателей, связанных мотивом социального поведения, который определяет действия предпринимателя в условиях функционирования (рис. 2) [4, с. 99]

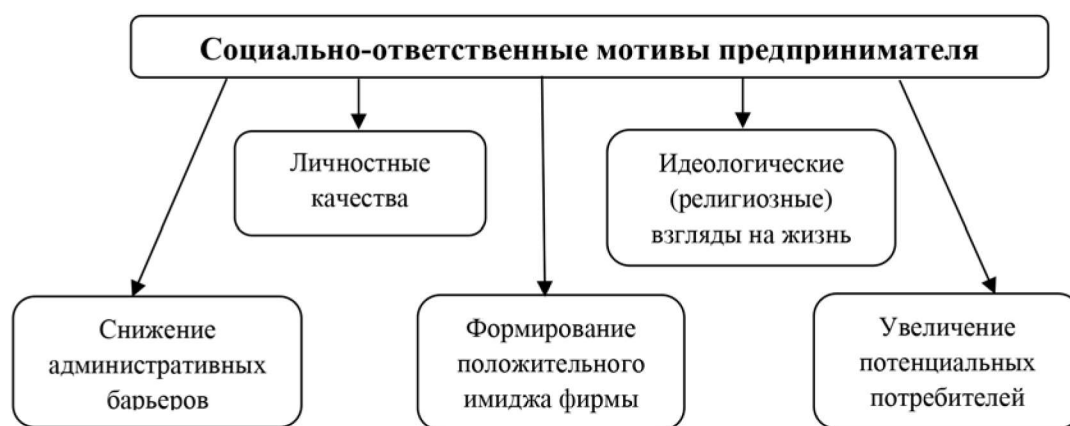


Рис. 2. Модельный мотивационный механизм социально-ответственного предпринимательства

Необходимо обратить внимание на то, что существует большое количество мотивов, которые направляют деятельность предпринимателей в социальное русло. В первую очередь хотелось бы отметить такой мотив, как личные ценности, т. е. тут речь идет о самом предпринимателе, руководителе, бизнесмене, о его характеристике, о его убеждениях и взглядах. Именно от этого будет зависеть, насколько социально-активно будет вести себя компания на территории присутствия. Предприниматели, занимающиеся социально-ответственными мероприятиями видят причиной своей деятельности не «получение прибыли», а «изменение мира к лучшему», «желание быть полезным обществу», «желание удовлетворить потребности общества», «стремление позитивного изменения» и др. [5, с. 35].

Для того чтобы воздействовать на желание предпринимателей заниматься социально-ответственными мероприятиями, необходимо разработать мотивационный механизм на уровне региона и страны в целом, это поможет определить направления программ развития предпринимательства с возможностью мотивирования его на социальную деятельность [3, с. 123]. Мотивационная политика органов власти увеличит количество предпринимателей, делающих быть социально-ответственными, позволит бизнесу в полной мере реализовать свои инициативы и возможности. В итоге, опираясь на мотивационный механизм, стимулирование предпринимательства должно строиться по следующим направлениям [Таблица]

Таблица

Факторы мотивации, развивающие социальную ответственность предпринимательства

Факторы	Предпринимательская отдача	Общественная результативность
Льготное законодательство	Оплата налогов в срок и в полном объеме. Своевременная сдача отчетов. Социальные гарантии для работников.	Прозрачная деятельность предприятий (выход из «тени»). Увеличение бюджетных поступлений.
Реализация обучающих программ, круглых столов, конференции по вопросам социально ориентированной деятельности предпринимателей	Выбор путей социально-ответственного поведения. Четкое представление о характере деятельности социально-ответственного бизнеса.	Системное увеличение предпринимателей, желающих реализовать социальную ответственность. Формирования в обществе четкого понимания данного вида деятельности.
Освещение в СМИ предпринимателей, демонстрирующих социальную ответственность.	Желание улучшить репутацию своей компании; Узнаваемость на рынке.	Информационная открытость. Привлечение интереса к социальной ответственности.
Снижение административных барьеров	Свободное ведение предпринимательской деятельности. Личная инициатива в развитие региона.	Улучшение качества социально-экономических направлений деятельности. Увеличение желающих участвовать в социальных проектах.
Лояльная денежно-кредитная политика	Привлечение заемных средств на развитие бизнеса.	Увеличение привлеченной рабочей силы.

Таким образом, правильная мотивационная политика может привести к достаточно большому количеству социальных и экономических эффектов от деятельности предпринимателей. Что позволит улучшить качество и уровень жизни населения.

Заклучение / Conclusion. Подводя итог, можно сказать, что предпринимательская деятельность, носящая социальный характер, в настоящее время прежде всего зависит от желания руководителя осуществлять такую деятельность. Направления развития предпринимательства в стране должны носить стимулирующий, подкрепляющий характер. Поскольку для полноценного развития общества необходимо участие предпринимательских структур, что будет возможно только при условии подкрепления со стороны государства и общества. Необходимо усиливать желание представителей малого и среднего бизнеса помогать, но так как в условиях сложной экономической ситуации бизнес забывает о социальных проблемах, то нужно экономически его стимулировать и поддерживать, что повлечет за собой отдачу.

ЛИТЕРАТУРА

1. Загайнова Е. Н. Институциональная среда как фактор развития социально ответственного предпринимательства // Общество: политика, экономика, право. 2017. № 1. С. 81–83.
2. Загайнова Е. Н., Швецов Н. М. Сущностная характеристика социальной ответственности предпринимательства // Казанская наука. 2016. № 12. С. 36–39.
3. Костылева А. А. Повышение мотивации предпринимателей к социальной ответственности бизнеса // Научно-технические ведомости СПбГТУ, 2006. № 6. С. 122–126.
4. Хрупин И. М. Исследование мотивационных факторов предпринимательской деятельности // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. 2013. № 2 (23). С. 98–101.
5. Ценностные основы социальной деятельности российского предпринимательства: аналитический обзор по результатам Исследования «Ценностные основы социальной деятельности российского предпринимательства», 2014. 85 с.

REFERENCES

1. Zagainova E. N. Institutsional'naya sreda kak faktor razvitiya sotsial'no otvetstvennogo predprinimatel'stva (Institutional environment as a factor of socially reliable development of responsible business activity) // Obshchestvo: Politika, Ekonomika, Pravo. 2017. № 1. Pp. 81–83.
2. Zagainova E. N., Shvetsov N. M. Sushchnostnaya kharakteristika sotsial'noi otvetstvennosti predprinimatel'stva (Essential feature of business social responsibility) // Kazanskaya nauka, 2016. № 12. Pp. 36–39.
3. Kostyleva A. A. Povyshenie motivatsii predprinimatelei k sotsial'noi otvetstvennosti biznesa (Businessmen's motivation rise towards social responsibility of business) // Nauchno-tekhnicheskie vedomosti SPbGTU. 2006. № 6. Pp. 122–126.
4. Khrupin I. M. Issledovanie motivatsionnykh faktorov predprinimatel'skoi deyatel'nosti (Research of motivational factors of business activities) // Biznes. Obrazovanie. Pravo. Vestnik Volgogradskogo instituta biznesa. 2013. № 2 (23). Pp. 98 - 101.
5. Tsennostnye osnovy sotsial'noi deyatel'nosti rossiiskogo predprinimatel'stva (Value bases of social activities of Russian business): Analiticheskii obzor po rezul'tatam Issledovaniya «Tsennostnye osnovy sotsial'noi deyatel'nosti rossiiskogo predprinimatel'stva», 2014, 85 p.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ

Загайнова Евгения Николаевна, старший преподаватель кафедры экономики и менеджмента АНО ВО «Межрегиональный открытый социальный институт», г. Йошкар-Ола. E-mail: evgenyakrizh88@yandex.ru

INFORMATION ABOUT AUTHOR

Zagainova Evgenia Nikolaevna, Assistant professor The Department of Economics and Management Interregional Open Social Institute, Yoshkar-Ola. E-mail: evgenyakrizh88@yandex.ru