

Секция «Психология»

Актуальные потребности и доминирующие мотивы предпринимателей в сфере малого бизнеса

Беглова Галина Владимировна

Студент

Санкт-Петербургский государственный университет, Факультет психологии,

Санкт-Петербург, Россия

E-mail: kuts-galina@mail.ru

Предпринимательство в сфере малого и среднего бизнеса в настоящее время относится к числу важнейших направлений экономического развития страны и рассматривается как один из факторов социальной стабильности современного российского общества. В связи с этим представляется своевременным рассмотрение не только процесса зарождения и развития малого бизнеса с позиций организационной психологии, но и дальнейшее изучение проблемы, применительно к современным социально-экономическим условиям. Для выявления особенностей развития малого предпринимательства необходимо понять, что движет людьми в процессе перехода от наемного работника в статус предпринимателя-собственника, в статус самостоятельной экономической единицы [1,2]. Для того, что бы ответить на поставленный вопрос, целесообразно исследовать потребностно-мотивационную сферу предпринимателей, что и стало целью данного эмпирического исследования. Предметом, проведенного нами эмпирического исследования, стали мотивы, побудившие человека к созданию собственного дела, в том числе, мотивы достижения успеха и склонности к риску и актуальные для него потребности. Приступая к исследованию, мы сформулировали следующие гипотезы: 1) Выраженность мотивации достижения успеха и склонности к риску у предпринимателей выше, чем у наемных руководителей. 2) Потребность в материальном благополучии и стремление к самоактуализации более выражена у предпринимателей, по сравнению, с наемными руководителями. 3) Существуют гендерные различия в сформированности базовых потребностей, готовности к риску и мотивации достижения успеха у предпринимателей в сфере малого бизнеса. 4) Предприниматели, отличающиеся высокой мотивацией достижения успеха, более склонны к риску, по сравнению с лицами, имеющими низкие значения показателя склонности к риску. 5) Мотив (или мотивы), побудившие человека организовать свой бизнес, обуславливают структуру его потребностной сферы, готовность к риску и сформированность мотива достижения успеха. Исходя из поставленных целей и задач эмпирического исследования, был разработан перечень вопросов для структурированного интервью, направленных на выявление биографических данных, истории становления бизнеса и мотивов его создания [3]. Данные, полученные в ходе интервью, были статистически обработаны и проанализированы. Выбор психодиагностического инструментария осуществлялся в соответствии с целями и задачами исследования; требованиями валидности, надежности, стандартизации и адаптации используемых методик. Для изучения потребностей и мотивов предпринимателей использовались следующие психодиагностические методики: 1. Методика В. В. Скворцова «Потребности или парные сравнения» (направленная на оценку уровня удовлетворенности базовых потребностей методом парных сравнений); 2. Методика Т. Элерса «Мотивация к успеху» (направленная на диагностику, выделенной Хекхаузенем, мотивации

достижения успеха); 3. Методика А. М. Шуберт «Диагностика склонности к риску» (направленная на оценку особенностей поведенческих реакций человека в ситуациях, сопряжённых с неопределённостью и сопровождающихся нарушением установленных норм и правил). Для проведения эмпирического исследования была сформирована выборка испытуемых, состоящая из экспериментальной и контрольной групп общей численностью 124 человека. В экспериментальную выборку вошли 63 предпринимателя из сферы малого бизнеса Санкт-Петербурга в возрасте от 19 до 57 лет: 31 мужчин и 32 женщины, имеющие, преимущественно, высшее образование. Контрольную группу составили 61 наемных руководителя из различных сфер бизнеса – 32 мужчины и 29 женщин, в возрасте от 20 до 58 лет, также, преимущественно, с высшим образованием. В качестве методов статистической обработки использовались: дисперсионный и корреляционный анализ, Т - критерий Стьюдента для независимых выборок, моделирование структурными уравнениями (конфирматорный факторный анализ). Анализ результатов эмпирического исследования позволил нам сформулировать следующие выводы: 1) Предприниматели характеризуются умеренно высоким уровнем мотивации достижения успеха и «просчитанной» склонностью к риску. Как оказалось, женщины - предприниматели менее склонны к риску, чем мужчины, что, вероятно, обусловлено особенностями гендерной социализации и разными ролевыми моделями мужчин и женщин. 2) Для 40 участие в исследовании, основным мотивом создания собственного бизнеса стало стремление к самоактуализации, а не финансовая независимость и особенности социально-экономической ситуации в стране, как можно было бы предположить. Следовательно, люди, стремящиеся к самоактуализации, стали реализовывать эту потребность в организации собственного дела. 3) Мотивация достижения успеха и склонность к риску у предпринимателей статистически достоверно выше, чем у наемных работников. Эти различия можно объяснить тем, что предприниматели испытывают постоянное внешнее давление со стороны социума, в ответ на это формируют у себя устойчивость к такому давлению, с помощью мотивов достижения успеха и «просчитанного» риска, что и обеспечивает им достижение поставленной цели. В тоже время наемные работники, находятся в более благоприятных условиях. Ответственность за принятие решений несет их руководитель, они же выполняют только исполнительные функции. Наемные работники не надо принимать значимых решений в условиях неопределенности, они не отвечают за решения, принятые руководителем и, в целом, за успех дела. 4) Потребность в само актуализации значимо выше у предпринимателей, по сравнению с наемными работниками. В результате проведения конфирматорного факторного анализа было показано, что данная модель объясняет, полученные результаты. Для предпринимателей главное - реализовать свой творческий потенциал и найти свое место в обществе. 5) Гипотеза о существовании различий в потребностно-мотивационной сфере и склонности к риску у предпринимателей, обусловленных мотивом создания бизнеса, не подтвердилась.

Литература

1. Власов П.К. Психология замысла организации. Харьков.: Гуманитарный центр, 2003 г. 284 с.
2. Дейнека О.С. Психологический портрет молодого российского предпринимателя // Экспериментальная и прикладная психология. СПб.: Санкт-Петербургский

Конференция «Ломоносов 2013»

Университет, 1995г. №14. 212 с.

3. Фрезе М. Основатели эффективных компаний.: Гуманитарный центр, 2006 г. 336 с.