

Для цитирования: Мухачёва А. В., Соколов А. И. Анализ различий в мотивации руководителей-собственников и наемных менеджеров региональных предприятий // Экономика региона. — 2017. — Т. 13, вып. 2. — С. 524-536 doi 10.17059/2017-2-17

УДК 331.101.3

JEL M54, M21

А. В. Мухачёва^{а)}, А. И. Соколов^{б)}

^{а)} Кемеровский государственный университет (Кемерово, Российская Федерация; e-mail: oblakkko@mail.ru)

^{б)} ООО «Встрой-Сити» (Кемерово, Российская Федерация)

АНАЛИЗ РАЗЛИЧИЙ В МОТИВАЦИИ РУКОВОДИТЕЛЕЙ-СОБСТВЕННИКОВ И НАЕМНЫХ МЕНЕДЖЕРОВ РЕГИОНАЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ¹

В статье рассматриваются различия мотиваций руководителей, работающих по найму и являющихся собственниками бизнеса. Цель работы — выявление сходства и различия в мотивации наемных руководителей и менеджеров-собственников на основе анализа результатов изучения указанных вопросов другими авторами, а также с помощью проведения собственного исследования. Гипотеза исследования: мотивационный профиль руководителей-собственников отличается от мотивационного профиля наемных руководителей большей выраженностью рискованности и хозяйственности. Методология исследования предполагает проведение социологического опроса 100 руководителей малых и средних предприятий г. Кемерово, половина из которых работает по найму, а половина — являются собственниками бизнеса. Анкетирование осуществлялось несколькими методами: устное, по электронной почте, письменно через Центр поддержки предпринимательства и через других руководителей. Обработка данных проводилась в программе SPSS Statistic. Результаты исследования неожиданно опровергают основную гипотезу: усредненные данные по степени рискованности и хозяйственности у наемных руководителей не уступают аналогичным усредненным показателям у руководителей-собственников, однако имеют иной характер распределения признаков. Уровень хозяйственности и рискованности наемных руководителей тяготеет к среднему и имеет незначительный разброс в оценках, в то время как руководители-собственники гораздо существеннее отличаются друг от друга по указанным параметрам, имеют большую вариацию значений показателей, демонстрируют много полярных оценок. Изучение мотивов деятельности руководителей-собственников позволяет органам власти разработать рекомендации по улучшению существующих и разработке новых программ поддержки малого и среднего бизнеса, формированию резервов управленческих кадров, выявлять категории населения с выраженным предпринимательским и менеджерским мотивационными профилями еще на стадии профессионального обучения для наиболее скорого вовлечения их в эффективную трудовую деятельность.

Ключевые слова: наемный руководитель, руководитель-собственник, мотивация, предпринимательство, малый бизнес, средний бизнес, управление, менеджер, региональные предприятия, мотив

1. Введение

В последнее время все чаще поднимается вопрос мотивации не только рядовых сотрудников, но и руководителей различных рангов, при этом особенный интерес представляют руководители-собственники — люди, которые лично стоят у руля собственного бизнеса. Мотивация предпринимательской деятельности, как отмечают многие ученые, по-прежнему остается малоизученной сферой теоретических и эмпирических исследований.

С точки зрения социума в целом роль предпринимателя становится более важной, чем

роль обычного наемного руководителя, так как именно предприниматель создает новые рабочие места, обеспечивает благосостояние населения, удовлетворение спроса граждан на различные блага и услуги. Неспроста предпринимательство часто выделяют как самостоятельный фактор производства, наряду с землей, трудом и капиталом. Без этого ресурса все остальные теряют смысл и остаются невостребованными для производственной деятельности. Предпринимательство остается той самой агрегирующей силой, которая аккумулирует все прочие блага для дела, действия и успеха. Предприниматели имеют наиболее высокую мотивацию к достижению успеха, а также средне-высокую склонность к социальной от-

¹ © Мухачёва А. В., Соколов А. И. Текст. 2017.

ветственности, они решают реальные экономические проблемы [1], за счет своей активности влияют на качество жизни, собственное и своего окружения [2]. Все это давно очевидно для западных стран, но не для России, где образ предпринимателя по-прежнему ассоциируется с «хапугой» и спекулянтством.

Наемные руководители и предприниматели, также являющиеся руководителями, значительно отличаются друг от друга по различным критериям, прежде всего, по мотивам своей деятельности. Это подтверждается теорией (в работе описаны соответствующие исследования) и практикой (в данной статье изложены результаты самостоятельного исследования различий в мотивации наемных руководителей и руководителей-собственников).

2. Обзор научного задела в вопросах изучения мотивации труда руководителей и предпринимателей

Прежде чем как рассуждать о мотивации руководителей-собственников, рассмотрим наиболее известные трактовки самой сущности мотивации труда. В современных исследованиях под профессиональной мотивацией понимается действие конкретных побуждений, которые обуславливают выбор профессии и продолжительное выполнение обязанностей, связанных с этой профессией; профессиональная мотивация формируется под влиянием факторов окружающей действительности. Данному исследовательскому вопросу посвящены труды В.Г. Асеева, И.А. Васильева и М.Ш. Магомед-Эминова, В.К. Вилюнаса, И.А. Джидарьяна, Б.И. Додонова, В.А. Иванникова, Е.П. Ильина, Д.А. Кикнадзе, Л.П. Кичатинова, В.И. Ковалева, А.Н. Леонтьева, С.Г. Москвичева, П.В. Симонова, П.М. Якобсона и др., а также зарубежных авторов: Х. Хекхаузена, Д.В. Аткинсона, Д. Халла, А.Г. Маслоу. Известный отечественный исследователь вопросов управления человеческими ресурсами А.Я. Кибанов пишет, что мотивация является процессом побуждения себя и других к определенной деятельности, направленной на достижение личных целей или целей организации [3].

Вопросы мотивации предпринимателя начал изучать в конце XIX в. Уильям Джемс, психолог и философ американского происхождения, который сформировал собственное учение об эмоциях вместе с коллегой Карлом Лангом (ныне известна как теория эмоций Джемса — Ланга). Свобода — основа жизни для предпринимателя, под ней понимается свобода выбора направлений, способов, действий,

ошибок. Внутренний импульс делает предпринимателя способным противостоять внешним факторам, будь это люди, конкуренты, государство и т. д. [4, 5] То есть его деятельность по сути своей носит несколько героический характер. Интернализация локус-контроля предпринимателей вкуче с их эмоциональной стабильностью подтверждается исследованием О.С. Дейнека [6].

Однако не стоит забывать, что внутренняя мотивация всегда связана с внешней, а также с творчеством. В последнем случае мотивы предпринимательской деятельности могут быть следующие: самовыражение, ясность задачи и осознание ее значимости для бизнеса или общества, наличие обратной связи от клиентов, конкурентов, государства и пр. Предпринимательство также бывает связано на технологическом лидерстве, основными мотивами которого являются возрастающие возможности фирмы и отрыв от организаций-конкурентов, более высокая производительность труда и квалификация персонала, преимущества первопроходца, содействие общемировому техническому прогрессу [7].

Йозеф Шумпетер, который также был первопроходцем мировой науки в вопросах изучения предпринимательской деятельности, выделял также такие ее мотивы, как потребность в господстве и успехе (особенно «овеществленном»). Но Шумпетер описывал предпринимателя западного мира, тогда как в России зарождение предпринимательской деятельности в период распада СССР было сопряжено с несколькими иными мотивами. На первом месте стоял мотив удовлетворения биологических потребностей, стремление к скорому обогащению. Другим мотивом было стремление к независимости от государства и чиновников, проявившее себя после многолетнего гнета централизованной системы-гиганта. Под независимостью понимается в т. ч. и профессиональная свобода, которой в былые времена не давали ходу. Третьим мотивом было классическое стремление предпринимателя создать что-то новое, претворить в жизнь свои задумки и замыслы, четвертым — желание людей вылезти из долговой ямы, нищенского существования, пятым — стремление к повышению собственного статуса в глазах окружающих. Шестой мотив касался желания проверить свои способности, желания бросить вызов судьбе и новой неизведанной тогда рыночной экономике.

В современной России усилиями самих предпринимателей и органов власти и СМИ репутация бизнесмена в глазах населения на-

чинает постепенно улучшаться. Граждане начинают осознавать, насколько важной является данная профессия для общества. Поиск людей с предпринимательскими задатками и их вовлечение в профессиональную деятельность являются важнейшими задачами государства [8], тем более, что их количество среди российских граждан очень невелико. Именно поэтому в настоящее время на уровне страны, регионов, органов местного самоуправления создаются разнообразные центры развития и фонды содействия предпринимательству. И хотя зачастую их работа носит формальный характер, в массовом сознании постепенно формируется положительный образ предпринимателя, что должно в будущем способствовать увеличению их численности. Сейчас, по данным Фонда общественного мнения, только 8 % населения рассматривают возможность предпринимательской инициативы, примерно 6 % среди опрошенных совершали конкретные шаги в этой сфере. Как правило, свой бизнес предпочитают начинать люди, живущие в крупных городах и уже состоявшиеся в жизни.

Тем не менее, нельзя утверждать, что материальная мотивация для руководителей-собственников не является значимой. Именно доход является и критерием оценки успеха, и психологическим стимулом предпринимателя. Однако способы и методы достижения этой и других сопряженных с предпринимательской деятельностью целей зависят от ведущих мотивов конкретного предпринимателя, собственника бизнеса.

Сегодня существует ряд отечественных исследований, посвященных изучению мотивации предпринимательской деятельности. Например, П.К. Власов указывает, что особенностями личности предпринимателей являются когнитивные способности и познавательный потенциал, эмоциональные характеристики, воображение, интуиция, воля и личная энергия, устойчивая мотивация достижения [9].

О.С. Дайнека утверждает, что в сфере коммуникаций предпринимателей характеризуют низкая эмпатийность и аффилиация, высокая толерантность к отвержению. Другими качествами предпринимателей являются высокая самооценка, точность перцептивной оценки, аналитичность мышления, полнезависимость (акцент на собственной цели), высокая автономность, объективный подход к оценке проблем, высокая критичность и отчужденность [6].

Основными чертами предпринимателей, по мнению В.Н. Дружинина, являются высокий

интеллект, доминирующие потребности, индивидуальность, активность и творческий подход [10]. По мнению исследователя Восточной и Западной Германии М. Фрезе (2006 г.), для предпринимателей характерны стремление к независимости, готовность к риску, конкуренции, мотивация достижения [11].

Г.В. Беглова, Л.А. Верещагина заявляют, что ключевой побудительной силой к открытию собственного бизнеса является мотивационно-потребностная сфера [12]. Результаты их исследования показали, что ведущим мотивом для предпринимателей было стремление к самоактуализации, а вовсе не к финансовой независимости, и не экономическая нестабильность. Даже в сложных политико-финансовых условиях того времени не каждый решался начать собственный бизнес, а только те, кто имел к этому предрасположенность по природе (обладал логичностью мышления, склонностью к риску и пр.). Потребность в самоактуализации отчетливо проявлялась абсолютно у всех предпринимателей, независимо от пола и возраста. При этом мужчины стремились также обрести финансовую независимость, найти новые возможности, а женщины — скорее сохранить стабильность в неопределенной быстро меняющейся ситуации, сберечь заработанное ранее. Склонность к риску в работе у мужчин-предпринимателей выше, чем у женщин, что уже подтверждалось исследователями по всему миру [13–15].

Задавая вопрос о барьерах при создании бизнеса, исследователи в большей мере ожидали ссылок на личностные причины, однако они были исключительно объективными у всех предпринимателей: недостаточный спрос на рынке, отсутствие стартового капитала, сложности с поисками источников финансирования, проблемы с регистрацией бизнеса. При этом женщины чаще жаловались на бюрократию и коррупцию, чем мужчины (подобных ответов среди женщин-предпринимателей было на 25 % больше).

Анализ иерархии потребностей предпринимателей выявил превалирование потребностей в самоактуализации над физиологическими потребностями и потребность в безопасности. Потребности социального уровня оказались у предпринимателей полностью удовлетворены. Следовательно, основным мотивом деятельности предпринимателей явилось гипертрофированное стремление к самовыражению. Выходит, предприниматели — своего рода социально-экономические девианты общества положительного и очень полезного ка-

чества, это и обуславливает их незначительное (по сравнению с другими профессиональными группами) количество.

3. Теоретическое обобщение признаков сходства и различия мотиваций руководителей-собственников и наемных менеджеров

Проанализировав особенности мотивации наемных руководителей и руководителей собственников, предлагаемые различными авторами, можно выявить следующие признаки сходства и различия указанных профессиональных категорий, несмотря на множественные пересечения по выполняемым функциям в организации.

Сходства в мотивации наемных руководителей и руководителей собственников:

1. *Преобладание внутренней мотивации над внешней (внутреннего локус-контроля над внешним).* Данное явление в отношении руководителей найма доказано в исследованиях Е.М. Макоты, а руководителей-собственников — в трудах А.Е. Туякбаевой, Г.В. Черкасова. И те и другие движимы главным образом собственными индивидуальными мотивами в своей деятельности, проявляют особую независимость в поступках и целеустремленность в достижении цели.

2. *Развитая потребность в успехе. Формальный успех крайне важен и для предпринимателя, и для топ-менеджера.* Первый стремится максимально полно расширить ареал своего влияния, второй — задействовать своими решениями как можно больший круг проблем, людей и событий.

3. *Отсутствие доминирующего стремления к денежному обогащению.* Не смотря на то что, как указывалось при описании исследования Е.М. Макоты, руководители стремятся к расширенному удовлетворению базовых потребностей, имеющих материальное выражение, они не являются преобладающими над всеми остальными. В целом исследователь констатировал более широкий перечень потребностей руководителей по сравнению с наемными работниками. В отношении предпринимателя, стоящего у руля собственного бизнеса, можно отметить не меньшее разнообразие потребностей. И для последнего прибыль, хоть и является одной из значимых целей деятельности, все же не может быть конечной самоцелью.

4. *Выдающиеся личные и профессиональные качества.* И наемные руководители, и руководители-собственники должны обладать выдающимися личностными и профессиональ-

ными качествами для удерживания достигнутого уровня и дальнейшего развития. Сила наемного руководителя может держаться на авторитете, профессиональном опыте, харизме, точно так же, как и сила руководителя-собственника. Все исследователи отмечают высокий интеллект и деловую хватку предпринимателей, умение прогнозировать и оперативно принимать решения, объективность рассуждений и эмоциональная устойчивость. В равной степени все эти качества могут быть приписаны наемным менеджерам.

5. *Влияние на трудовую мотивацию психологической зрелости.* Исследование Е.С. Колмогоровой, Е.М. Макоты подтверждает, что по мере роста психологической зрелости у менеджеров снижается влияние мотива власти и внешней мотивации, они все меньше стремятся подчеркивать свое превосходство над окружающими. Есть основания утверждать, что у менеджеров-собственников наблюдается подобная тенденция, так как она характерна для общечеловеческого цикла возрастных изменений.

6. *Слабое влияние внешней отрицательной мотивации.* Руководители, как собственники, так и «наемники», в меньшей степени, чем рядовые наемные работники, испытывают страх наказания, увольнения, потери работы, неodobрения и т. д. Это обуславливает их в целом более позитивное видение перспектив в будущем. Однако высокая ответственность не позволяет определять их как более легкомысленных и беззаботных, так как масштаб потерь у них гораздо серьезнее. Негативные санкции имеют меньшее воздействие на них вследствие высокого самоуважения (они, как правило, в меньшей степени готовы терпеть понукания начальства).

7. *Ведущий мотив — стремление к самовыражению, самоактуализации.* И.В. Соломин подчеркивал, что наемные руководители имеют расширенный спектр потребностей, в особенности высшего уровня, а все исследователи мотивации предпринимателей склонялись к тому, что именно потребность в самовыражении становится основополагающим мотивом деятельности.

8. *Стремление к немедленному удовлетворению потребностей.* Наемные руководители, согласно исследованию И.В. Соломина, склонны реализовывать свои задумки сразу же, без длительного ожидания. К предпринимателям это относится еще в большей степени. Кроме того, у данных лиц имеются для реализации своих идей все рычаги и механизмы. Они «здесь и

сейчас» изменяют свою жизнь к лучшему, а потому, разумеется, являются личностями с более высоким ее качеством. У наемных работников ситуация в корне иная: собственные желания и потребности они часто вынуждены вынашивать втайне. Страх что-то изменить в жизни приводит наемных работников к фрустрации и негативному отношению к будущему. Они сами являются зачастую создателями своей «тюрьмы», но продолжают ее охранять.

9. *Высокая потребность в творчестве.* Как наемные руководители, так и руководители-собственники испытывают большую потребность в творческом труде. Это подтверждается исследованием И.В. Соломина (в отношении руководителей найма), это же подчеркивалось всеми исследователями трудовой мотивации предпринимателей (начиная с Й. Шумпетера). Для последних творчество приобретает в целом особое значение, так как им пропитана вся предпринимательская деятельность, в то время как работа наемного руководителя может носить в ряде случаев сугубо технический характер.

Рассмотрим теперь отличия мотивации деятельности руководителя-собственника от мотивации наемного руководителя:

1. *Высокая степень риска (экономического и психологического) и готовность к нему.* Наемный руководитель рискует только рабочим местом, которое относительно несложно можно заменить, в то время как руководитель-собственник рискует всем своим имуществом, состоянием, связями, репутацией, идеей, а самое главное — жизнью своего детища, к которой предприниматели относятся с особой трепетностью. Банкротство фирмы отражается не только убытками для «предпринимательского тела», но и существенными душевными травмами, осуждением конкурентов, укорами близких и т. д. Потому для предпринимателя слоган «Работа — это жизнь» более актуален, чем у наемного менеджера.

Кроме того, здесь сказывается еще одна особенность менталитета руководителя-собственника: на работу по найму после предпринимательской деятельности, с ее свободой духа, идти крайне тяжело, а для многих и невозможно. Это прекрасно осознают и работодатели, с опаской относящиеся к бывшим предпринимателям при трудоустройстве (вдруг будут мошенничать, или не смогут соблюдать регламент, начнут качать права, уведут клиентов или сотрудников). Потому если человек посвятил предпринимательству много времени в случае неудачного опыта предприниматель-

ства неизбежно возникает ситуация, когда на должность руководителя по найму не берут, а рядовым работать — «не комильфо». Вот и приходится задумываться о новом бизнесе. Потому предприниматели даже после банкротства, как правило, начинают «рецидивировать».

2. *Низкая эмпатийность, высокая толерантность к отвержению.* Данная закономерность, выявленная в исследовании О.С. Дейнеки, характеризует предпринимателя как толстокожего, непробиваемого индивида. Нельзя сказать, что это качество совсем не характерно для наемного руководителя, но в предпринимателе оно находит гораздо большее выражение: предпринимательское окружение гораздо жестче. А продажи, которыми на первых порах руководителям-собственникам приходится заниматься активно и чуть ли не лично, требуют особой эмоциональной негибкости, чтобы сотый по счету отказ не выбил надолго из колеи не понизил самооценку и не ослабил мотивацию, а заставлял искать другие, более эффективные пути. Здесь толерантность к отвержению — качество просто незаменимое.

3. *Большой диапазон потенциальных мотивов и причин занятия бизнесом.* Чтобы стать наемным руководителем обычно необходимо руководствоваться довольно простой стратегией: хорошо работать и дослужиться до нужной должности. Пути же людей, которые приводят их к предпринимательству гораздо разнообразней. Так, одни не могут работать под чужим руководством, другие — относятся к категории «свободных философов», чьи идеи не замечали при работе по найму, третьи получили образование не по душе и решили сделать любимое хобби своей работой, четвертые внезапно оказались в ситуации абсолютного безденежья, пятые не могут устроиться на хорошую работу из-за судимости, национальности или инвалидности, шестые привели в бизнес случай и т. д. Человек никогда не развивается личностно быстрее, чем при занятии собственным бизнесом — это мобилизует все скрытые и непроявленные способности человека. Потому некоторые люди просто не видят для себя других альтернатив, кроме как развитие в бизнес-сфере.

4. *Большая свобода мыслей и действий.* Индивиды, тяготеющие к свободному, вольному образу жизни, не переносящие работы от звонка до звонка, рамок организационных структур и должностных инструкций, чаще всего избирают предпринимательство. При этом работать им зачастую приходится не

меньше, а намного больше, однако в самостоятельном режиме, в соответствии с собственным регламентом или без него. Неудивительно, что большинство творческих людей избирают предпринимательскую деятельность или фриланс, предпочитают такую нестабильную жизнь организационным рамкам офиса. В предпринимательстве также можно быть максимально искренними — сотрудничать с теми, к кому есть симпатия, и открыто конкурировать, враждовать с теми, к кому — антипатия. Здесь не нужно фальшиво улыбаться коллегам по отделу и начальству, подавлять свои желания и волю, мимикрировать под окружение. Исключения составляют внешние инстанции и необходимые партнеры.

5. Более тесная связь компонент процессной мотивации «усилия — результат — вознаграждение», которое обеспечивает в целом более высокую интегральную мотивацию к предпринимательской деятельности руководителей-собственников. Одним из главных преимуществ ведения бизнеса является максимально объективная, немедленная и непосредственная обратная связь с приложенными усилиями. У успешного предпринимателя утверждается уверенность, что все результаты своего труда он сможет присвоить совершенно законным путем. Весь собранный урожай, состоит он из шишек или монет, достается владельцу бизнеса.

Таким образом, мотивации руководителей в найме и руководителей-собственников имеют много схожих черт, но и много значимых различий, которые проводят черту между указанными профессиональными группами.

4. Методология эмпирического исследования мотивации руководителей-собственников и ее отличия от мотивации наемных руководителей

Помимо теоретического обобщения мы также самостоятельно провели собственное эмпирическое исследование различий в мотивации наемных руководителей и руководителей-собственников. В начале исследования нами была выдвинута следующая гипотеза: мотивационный профиль руководителей-собственников отличается от мотивационного профиля наемных руководителей большей выраженностью рискованности и хозяйственности.

Для проверки поставленной гипотезы нами была составлена анкета, часть вопросов которой была направлена на выявление хозяйственности, часть — на определение склонно-

сти к риску, часть — на изучение движущих мотивов деятельности с использованием разработанной авторской классификации. Отдельные вопросы были направлены на регистрацию общих сведений о респонденте (пол, возраст, образование, стаж работы).

Было опрошено 50 руководителей-собственников и 50 наемных руководителей г. Кемерово. Анкетирование осуществлялось несколькими методами: устное, по электронной почте, письменно через Центр поддержки предпринимательства и через других руководителей. Обработка данных проводилась в программе SPSS Statistic (версия 17.0).

Термин «хозяйственность» (как и вопросы на определение степени выраженности данного качества) были переняты из методики определения типа мотивации персонала В.И. Герчикова. По его мнению, работники с хозяйским типом ориентированы в большей степени на результат, чем на процесс, так называемое феодальное отношение к должности (они с готовностью предоставляют «господину» результат, но не приемлют вмешательства в собственную деятельность), проявляют крайне высокую степень ответственности за результат работы, неудачи воспринимают как личное оскорбление. Сотрудники хозяйского типа — сильные лидеры, способные мотивировать других на достижение цели.

Для расчета интегральных показателей хозяйственности и рискованности были проанализированы ответы на 10 вопросов — по 5 на каждую характеристику. Верный ответ на каждый из вопросов был закодирован как один балл, а после была посчитана их общая сумма — интегральный показатель. Следовательно, по шкале хозяйственности и рискованности каждый респондент набирал от 0 до 5 баллов (в зависимости от того, на сколько вопросов из 5 на каждую характеристику он ответил). Таким образом, степень выраженности хозяйственности и риска мы можем оценить по пятибалльной шкале.

Кроме того, нами была сформирована собственная классификация мотивов деятельности руководителей-собственников, включающая следующие группы:

- экономические мотивы (желание заработать, отсутствие стабильной работы, финансовая независимость);
- мотивы экстернальности (семья и дети (желание обеспечить семье стабильное материальное положение);
- забота о ближних, окружающих, больных, общества в целом);

— мотивы свободы (сам себе начальник (самостоятельность в принятии решений и способов решать вопросы, способа мыслить);

— свобода от правил, которые бывают, когда работаешь по найму;

— отсутствие строгой привязки ко времени выполнения работы, то есть возможность установить свой график работы;

— возможность работать дома или дистанционно);

— мотивы состояния (страсть, азарт, острые ощущения);

— мотивы созидания (возможность реализовать свою идею, желание оставить что-то после себя, бег от скуки, заполнение жизни какой-то деятельностью);

— мотивы доминирования над любыми объектами, ситуациями, людьми (чувство собственной значимости, власть, самоутверждение;

— мотивы общественной оценки (признание, известность, уважение).

Для анализа разнообразия побуждающих к деятельности мотивов для руководителей-собственников и наемных руководителей в анкете мы просили выбрать 5 главных мотивов из 19, которые имеют место, и 5, которые точно не свойственны респонденту. При выборе респондентом мотива ему присваивалось значение 1, при отсутствии выбора — 0, при выборе мотива как не свойственного (при его отвержении) — -1. Классификация мотивов была разработана самостоятельно.

Для расчетов интегральных оценок по мотивам деятельности складываются полученные ранее оценки мотивов (со значениями 0, 1 и -1) по группам и выводится общегрупповой результат. В дальнейшем вычленяется среднее значение по групповым оценкам и степень их разброса.

5. Результаты эмпирического исследования мотивации руководителей-собственников и наемных менеджеров. Общие выводы

Данные о хозяйственности и рискованности наемных руководителей и руководителей-собственников представлены в таблице 1 и на рисунках 1, 2.

Представленные данные о различиях в хозяйственности свидетельствуют о том, что собственники имеют двойственное проявление данной характеристики: с одной стороны, их количество с нулевыми оценками преобладает над аналогичными данными по наемным руководителям (23,7 % против 10,5 %). С другой стороны, их крайние значения с балльной оценкой 3 и 4 суммарно у руководителей

собственников несколько больше, чем у наемных руководителей (15,8 % против 10,5 %). При этом большинство значений по наемным руководителям по шкале хозяйственности сосредоточено на средних баллах 1 и 2 (79 % против 60,5 % по собственникам).

Следовательно, можно сделать вывод о том, что наемные руководители характеризуются, по большей части, средней степенью хозяйственности, в то время как разброс хозяйственности по руководителям-собственникам имеет все же более широкие рамки: от полного ее отсутствия до крайней степени выраженности. То есть характеристики руководителей-собственников более разнородны, чем характеристики наемных руководителей. Таким образом, часть гипотезы, касающаяся прогнозируемой большей выраженности хозяйственности у предпринимателей, не подтвердилась.

По показателю рискованности ситуация несколько иная: как можно увидеть на диаграмме, рискованность руководителей-собственников тяготеет к средней степени (средняя оценка 3 у 37 % респондентов, удельные веса других оценок снижаются к полюсам шкалы), ее представление примерно соответствует нормальному распределению. При этом у наемных руководителей средняя оценка 3 наблюдается только у 16 %, в то время как 2 и 4 у 74 % суммарно. В числе самых низко- и высоко-рисковых руководителей находится примерно равное количество собственников и наемных работников.

Отсутствует эмпирически подтвержденная высокая степень рискованности у руководителей-собственников по сравнению с наемными руководителями, что опровергает вторую часть гипотезы исследования.

Рассмотрим следующий блок анализа — наличие у руководителей-собственников и «наемников» тех или иных мотивов деятельности (табл. 2).

Представленные выше результаты объединим в группы мотивов, рассчитаем средние значения по ним и меры разброса (табл. 3).

График на рисунке 3 демонстрирует, что мотивы руководителей-собственников выражены гораздо сильнее, чем мотивы руководителей найма. При этом разброс по всем мотивам значительно выше: различия мотивов руководителей-предпринимателей гораздо значительнее внутри группы, чем различия их мотивов от мотивов наемных руководителей. В то же время наблюдается некоторая корреляция мотивов руководителей-собственников и наемных руководителей между

Таблица 1

Интегральные показатели хозяйственности и рискованности наемных руководителей и руководителей-собственников

Вид руководителей	Интегральные показатели деятельности наемных руководителей и руководителей-собственников						
	<i>Интегральный показатель хозяйственности</i>						
	0	1	2	3	4	5	
Собственник	23,7 %	39,5 %	21,1 %	10,5 %	5,3 %	,0 %	100,0 %
Наемный	10,5 %	47,4 %	31,6 %	10,5 %	,0 %	,0 %	100,0 %
	<i>Интегральный показатель рискованности</i>						
Собственник	,0 %	2,6 %	28,9 %	36,8 %	26,3 %	5,3 %	100,0 %
Наемный	,0 %	5,3 %	36,8 %	15,8 %	36,8 %	5,3 %	100,0 %

Источник: интегрированные результаты социологического опроса руководителей-собственников и наемных менеджеров (обработка в SPSS Statistic 17.0).

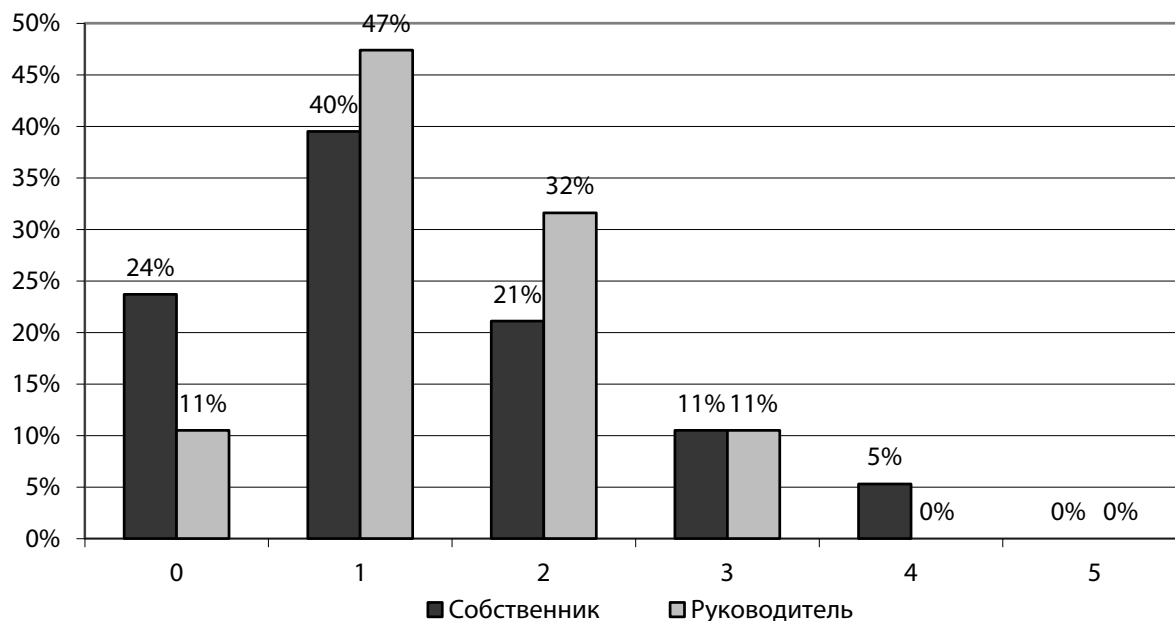


Рис. 1. Интегральный показатель хозяйственности наемных руководителей и руководителей-собственников (шкала балльная)

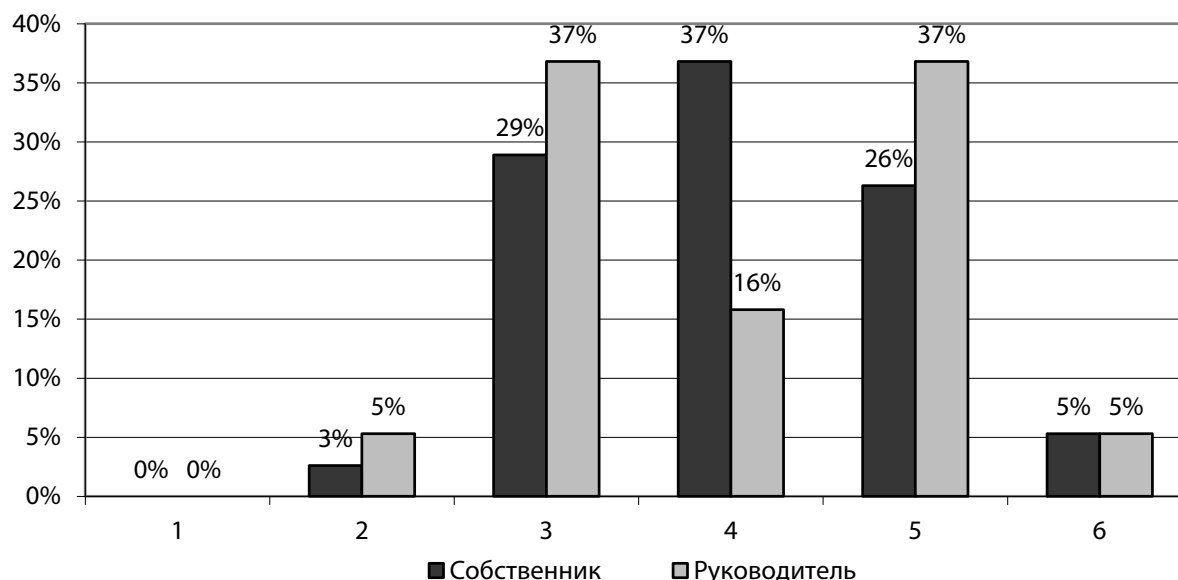


Рис. 2. Интегральный показатель рискованности наемных руководителей и руководителей-собственников (шкала балльная)

Таблица 2

Доли мотивов наемных руководителей и руководителей-собственников

Доля положительно, отрицательно или нейтрально отметивших различные мотивы собственной предпринимательской деятельности								
Вид руководителей	-1	0	1	Итого	-1	0	1	Итого
<i>Мотив 1. «Желание заработать»</i>				<i>Мотив 11. «Страсть»</i>				
Собственник, %	5,3	28,9	65,8	100,0	44,7	50,0	5,3	100,0
Наемный, %	0,0	94,7	5,3	100,0	0,0	94,7	5,3	100,0
<i>Мотив 2. «Отсутствие стабильной работы»</i>				<i>Мотив 12. «Азарт»</i>				
Собственник, %	34,2	55,3	10,5	100,0	55,3	42,1	2,6	100,0
Наемный, %	10,5	89,5	0,0	100,0	5,3	89,5	5,3	100,0
<i>Мотив 3. «Финансовая независимость»</i>				<i>Мотив 13. «Острые ощущения»</i>				
Собственник, %	0,0	44,7	55,3	100,0	42,1	55,3	2,6	100,0
Наемный, %	0,0	89,5	10,5	100,0	0,0	100,0	0,0	100,0
<i>Мотив 4. «Семья и дети»</i>				<i>Мотив 14. «Самореализация»</i>				
Собственник, %	10,5	44,7	44,7	100,0	2,6	44,7	52,6	100,0
Наемный, %	0,0	94,7	5,3	100,0	0,0	94,7	5,3	100,0
<i>Мотив 5. «Забота о близких, окружающих, больных, обществе в целом»</i>				<i>Мотив 15. «Желание оставить что-то после себя»</i>				
Собственник, %	13,2	71,1	15,8	100,0	7,9	71,1	21,1	100,0
Наемный, %	5,3	89,5	5,3	100,0	0,0	100,0	0,0	100,0
<i>Мотив 6. «Сам себе начальник»</i>				<i>Мотив 16. «Бег от скуки»</i>				
Собственник, %	7,9	31,6	60,5	100,0	60,5	34,2	5,3	100,0
Наемный, %	5,3	94,7	0,0	100,0	5,3	94,7	0,0	100,0
<i>Мотив 7. «Свобода от правил»</i>				<i>Мотив 17. «Чувство собственной значимости»</i>				
Собственник, %	13,2	36,8	50,0	100,0	13,2	73,7	13,2	100,0
Наемный, %	0,0	100,0	0,0	100,0	5,3	94,7	0,0	100,0
<i>Мотив 8. «Отсутствие строгой привязки ко времени»</i>				<i>Мотив 18. «Власть»</i>				
Собственник, %	10,5	47,4	42,1	100,0	47,4	50,0	2,6	100,0
Наемный, %	0,0	94,7	5,3	100,0	10,5	89,5	0,0	100,0
<i>Мотив 9. «Возможность работать дома или дистанционно»</i>				<i>Мотив 19. «Самоутверждение»</i>				
Собственник, %	26,3	60,5	13,2	100,0	10,5	73,7	15,8	100,0
Наемный, %	5,3	94,7	0,0	100,0	0,0	100,0	0,0	100,0
<i>Мотив 10. «Признание, известность, уважение»</i>								
Собственник, %	13,2	68,4	18,4	100,0				
Наемный, %	0,0	94,7	5,3	100,0				

Источник: интегрированные результаты социологического опроса руководителей-собственников и наемных менеджеров (обработка в SPSS Statistic 17.0)

Таблица 3

Распределение значимости мотивы руководителей-собственников и наемных руководителей по группам

Вид мотива	Руководитель-собственник		Наемный руководитель	
	Среднее значение	Стандартное отклонение	Среднее значение	Стандартное отклонение
Экономические мотивы	0,92	1,124	0,05	0,229
Мотивы экстернальности	0,37	0,786	0,05	0,229
Мотивы свободы	1,08	1,459	-0,05	0,524
Мотивы состояния	-1,32	1,254	0,05	0,229
Мотивы созидания	0,63	0,751	0,05	0,229
Мотивы доминирования	-0,39	1,128	-0,16	0,501
Мотивы общественной оценки	0,05	0,567	0,05	0,229

Источник: интегрированные результаты социологического опроса руководителей-собственников и наемных менеджеров (обработка в SPSS Statistic 17.0).

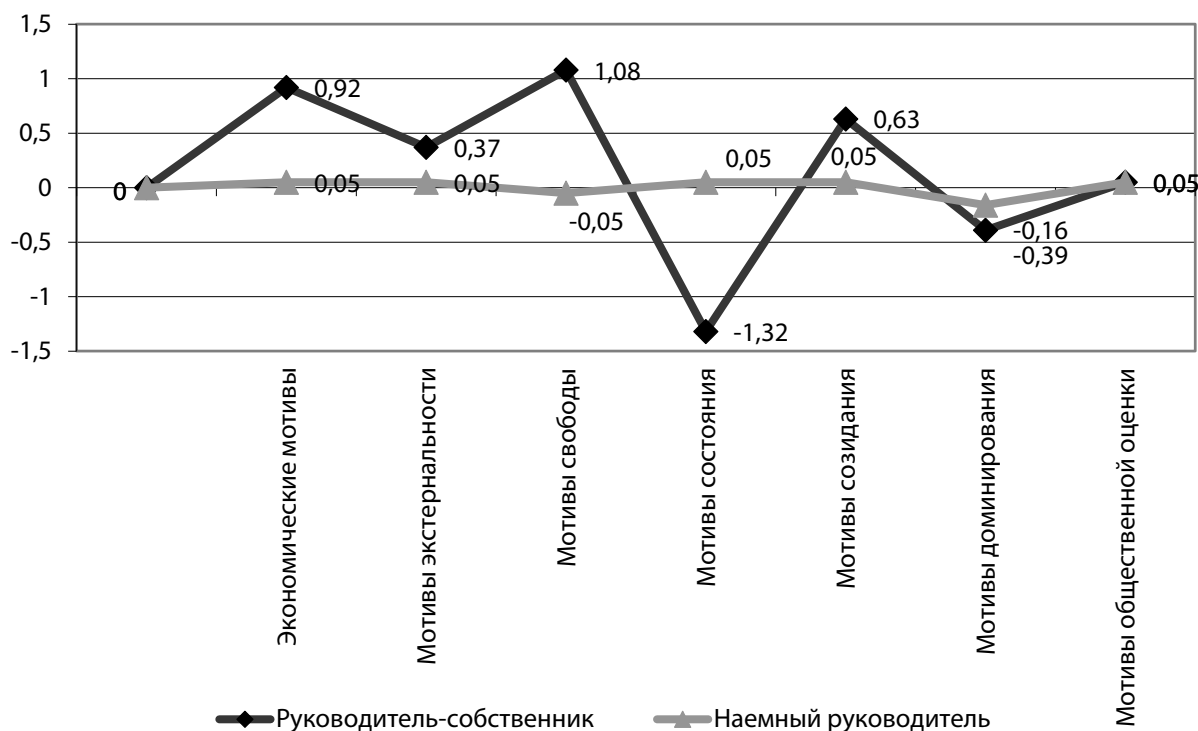


Рис. 3. Средние значения групп мотивов руководителей-собственников и наемных руководителей

собой, кроме мотивов свободы (главный мотив предпринимателей отвергается наемными руководителями), мотивов состояния (наемные руководители, как это ни удивительно, чаще испытывают ощущения страсти и азарта).

Рассмотрим мотивационный профиль среднестатистического руководителя-собственника, отражающий основные результаты проведенного исследования. На первом месте у предпринимателей, управляющих самостоятельно собственным бизнесом, стоит мотивация свободы (свобода от правил, временных рамок, свобода принятия решений – «сам себе начальник»). На втором месте у руководителей-собственников находятся экономические мотивы (желание заработать, финансовой независимости, отсутствия стабильной работы), что вполне характерно для предпринимательства как вида деятельности, направленного на извлечение прибыли. На третьем месте – мотивы созидания (возможность самореализации, желание оставить что-то после себя). Самовыражение как значимый мотив деятельности предпринимателей подчеркивался и в других исследованиях.

Значимым мотивом для предпринимателей также является мотив экстернальности (семья и дети, забота о близких и обществе). Данный мотив характерен для предпринимателей гораздо больше, чем для наемных работников. Значимость мотивов общественной оценки

для руководителей-собственников так же не высока, как и для наемных руководителей. Большинство предпринимателей отрицает мотивы доминирования в своей деятельности (чувства собственной значимости, власти, самоутверждения). Практически все руководители-собственники яростно опровергают наличие мотивов состояния (страсть, азарт, острые ощущения), что кажется удивительным, ведь готовность предпринимателя к риску говорит о способности и желании их испытывать

Представленный выше мотивационный профиль руководителя-собственника носит обобщенный характер. Как мы уже выяснили, мотивы предпринимателей разительно разнятся между собой, поэтому отсутствие определенных мотивов в среднем профиле не указывает на отсутствие их в частных случаях. Это позволяет, на наш взгляд, выделить мотивационную типологию руководителей-собственников в зависимости от того, какие группы мотивов авторской классификации у них преобладают.

1. *Руководитель-собственник экономического типа.* Нацелен на финансовый результат, высокий заработок, стремится к финансовой независимости, измеряет эффективность своей работы и работы организации преимущественно прибылью. Не берется за туманные идеи, предельно прагматичен и логически расчетлив, не бросает денег на ветер, занимается только тем, что приносит выгоду. В собранной

эмпирической базе такого рода руководителей оказалось большинство (60 %).

2. *Руководитель-собственник экстернального типа.* Имеет выраженное стремление к заботе о ближних, будь это собственная семья или общество в целом. Стремится лучше удовлетворить потребности клиентов, склонен заниматься социально ориентированным бизнесом. Служение другим — самое важное для собственника этого типа. Сотрудники в его организации также не обделены заботой. Патерналистский стиль руководителя. В собранной эмпирической базе такой тип руководитель — редкость (5,3 %).

3. *Любитель свободы.* Данный тип собственников более всего ценит в работе свободу действий, решений, передвижений. Принцип «сам себе начальник» — главное, что привлекает его в работе наряду с отсутствием рамок по времени и месту деятельности. Такие люди тяжело уживаются в найме, именно поэтому тяготеют к самостоятельному плаванию. В представленной эмпирической базе доля таких руководителей довольно солидна (37 %).

4. *Азартный игрок.* В данном случае мы имеем дело с игроком по натуре, предпринимательская деятельность для него — поле ощущений и эмоций. Как правило, это молодые люди, не обремененные семьей, которые рады любому попутному ветру, обладают высокой склонностью к риску, ищут во всем острых ощущений. В собранной эмпирической базе к данной группе относится каждый двадцатый (5,3 %).

5. *Творец.* Данный тип руководителя-собственника главным своим предназначением видит самореализацию и совершенствование мира, желание оставить что-то после себя. Как

правило, это философ, склонный к формированию собственной высокой миссии в жизни. Творческая реализация, созидание — его главный двигатель. В собранной эмпирической базе доля предпринимателей данного типа — 60,5 %.

6. *Доминатор.* Руководители-собственники данного типа стремятся к самоутверждению за счет предпринимательской деятельности и объема получаемой власти, они ориентированы на собственное самолюбие, чувство собственной значимости, ориентированы на достижение успеха любыми путями, могут быть неразборчивыми в средствах. В собранной эмпирической базе к данной группе относится почти каждый пятый (18 %).

7. *Искатель общественного признания.* Руководитель-собственник данного типа крайне зависим от внешнего восприятия себя, оценки общества. Именно он чаще всего участвует в дебатах на телевидении, создает предпринимательские ассоциации, выступает с различными общественными инициативами, старается всеми способами быть на виду. Признание, известность, популярность — лучшие допинг и награда для предпринимателей данного типа. В собранной эмпирической базе таких руководителей собственников зарегистрировано 18 %.

Указанные типы обычно не встречаются в чистом виде, скорее это смесь различных мотивов. Вряд ли в ближайшем будущем прекратятся исследования мотивации руководителей-собственников. Скорее всего, научная общественность получит новый интересный практический или эмпирический материал по данному вопросу и улучшит свое понимание в данной области.

Список источников

1. *Marmar M.* Transformational Entrepreneurship: Where technology meets social impact // Harvard Business Review. — 2012 (April, 23) [Electronic resource]: <https://hbr.org/2012/04/transformational-entrepreneurs> (date of access 10.07.2016).
2. *Мухачёва А. В.* Качество жизни населения как результат активности индивида и социальной политики // Альманах современной науки и образования. — 2011. — № 11 (54). — С. 144–146.
3. Управление персоналом: учеб. пособие / под общ. ред. А. Я. Кибанова. — М.: КноРус. — 2010. — 200 с.
4. *Туякбаева А. Е., ПолUTOва М. А.* Предпринимательская мотивация как частный случай трудовой мотивации // Вестник Забайкальского государственного университета. — 2012. — № 6. — С. 70–75.
5. *Kokourix A., Panagiotis G.* Analysing entrepreneurship education: a bibliometric survey pattern // Journal of global entrepreneurship research. — 2016. — 6. — P. 1–18 DOI: 10.1186/s40497–016–0046-y.
6. *Дейнека О. С.* Психологический портрет молодого российского предпринимателя // Актуальные проблемы психологической теории и практики. — СПб.: Издательство Санкт-Петербургского ун-та, 1995. — С. 124–130.
7. *Гнилицкая Е. В.* Чего изволите... Предприниматель и новые технологии. Мотивация разработки и применения // Российское предпринимательство. — 2008. — № 3. — С. 48–51.
8. *Романова Н. П.* Харизматичность лидерства. — Чита: ЧитГУ, 2005. — 236 с.
9. *Власов П. К.* Психология замысла организации. — Харьков: Гуманитарный центр, 2003. — 224 с.
10. *Дружинин В. Н.* Психология. Учебник для студентов экономических вузов. — СПб.: Питер, 2002. — 672 с.

11. Фрезе М. Основатели эффективных компаний. Психологический анализ и практические рекомендации для предпринимателей. — Харьков : Гуманитарный центр, 2006. — 336 с.
12. Верецагина Л. А. Психология персонала. Потребности, мотивация и ценности. — Харьков : Гуманитарный центр, 2012. — 212 с.
13. Xie X., Lv J. Social networks of female tech-entrepreneurs and new venture performance: the moderating effects of entrepreneurial alertness and gender discrimination // *International entrepreneurship and management journal*. — 2016. — 12: 963. doi:10.1007/s11365-016-0413-8.
14. Tacanori A., Tacanori H. Gender differences in entrepreneurship and intrapreneurship: an empirical analysis // *Small Business Economic*. — 2016. — Pp. 1-40.
15. Fritsch M. *Entrepreneurship*. — Berlin: Springer-Verlag. — 2016 — 157 p.

Информация об авторах

Мухачёва Анна Валентиновна — кандидат экономических наук, старший преподаватель кафедры менеджмента им. И. П. Поварича Института экономики и менеджмента, Кемеровский государственный университет (Российская Федерация, 650000, г. Кемерово, ул. Ермака, 7, 303; e-mail: oblakkko@mail.ru).

Соколов Артем Игоревич — генеральный директор, предприниматель, ООО «Встрой-Сити» (Российская Федерация, 650004, г. Кемерово, ул. Соборная, 3; e-mail: knight_king@mail.ru).

For citation: Mukhacheva, A. V. & Sokolov, A. I. (2017). Analysis of Differences in the Motivation of Owner-Managers and Hired Managers of Regional Enterprises. *Ekonomika regiona [Economy of Region]*, 13(2), 524-536

A. V. Mukhacheva^{a)}, A. I. Sokolov^{b)}

^{a)} Kemerovo State University (Kemerovo, Russian Federation; e-mail: oblakkko@mail.ru)

^{b)} Vstroy City Ltd (Kemerovo, Russian Federation)

Analysis of Differences in the Motivation of the Owner-Managers and Hired Managers of Regional Enterprises

The article deals with the differences in the motivation of owner-managers and hired managers. The purpose of the article is to identify the signs of the differences and similarities in the motivation of hired managers and owner-managers on the basis of the analysis of the results of the study of these issues by other authors, as well as with the help of our research. The hypothesis of the study consists in the assumption that the motivational profile of owner-managers differs from the motivational profile of hired managers in greater riskiness and thrift. The research methodology involves conducting a sociological survey of 100 managers of small and medium-sized enterprises in Kemerovo, half of which are employed and the other half are business owners. Questioning was carried out by several methods: oral, by e-mail, in writing through the Center for Business Support and through other means. The data we processed in the SPSS Statistic program. The results of the study unexpectedly have rejected a basic hypothesis: the average data for the degree of risk and thrift of hired managers is highly competitive with the received indices of owner-managers. There is the only difference in the distribution of characteristics. The level of riskiness and thrift of the hired managers tends to be average among them and has a slight variation in the estimates, while the owner-managers much differ from each other on these parameters, have a large variation in the values of indicators, show a lot of the diametrically opposed estimates. The study of the motives of owner-managers activity allows to the authorities to develop recommendations on the improvement of the existing and new programmes for the support of small and medium-sized business; on the formation of executive candidate pool. It also can contribute to revealing the categories of population with expressed entrepreneurial and managerial motivational profiles at a stage of professional education for their fastest involvement in effective work.

Keywords: hired manager, owner-manager, motivation, entrepreneurship, small business, medium business, management, manager, regional enterprises, motive

References

1. Marmer, M. (2012, April, 23). *Transformational Entrepreneurship: Where technology meets social impact*. Harvard Business Review. Retrieved from: <https://hbr.org/2012/04/transformational-entrepreneurs> (date of access: 10.07.2016).
2. Mukhachyova, A. V. (2011). Kachestvo zhizni naseleniya kak rezultat aktivnosti individua i sotsialnoy politiki [Quality of life as a result of the activity of the individual and social policy]. *Almanakh sovremennoy nauki i obrazovaniya [Almanac of modern science and education]*, 11(54), 144-146. (In Russ.)
3. Kibanov, A. Ya. (Ed.). (2010). *Upravlenie personalom: ucheb. posobie [Human resource management: textbook]*. Moscow: KnoRus Publ., 200. (In Russ.)
4. Tuyakbaeva, A. E. & Polutova, M. A. (2012). Predprinimatelskaya motivatsiya kak chastnyy sluchay trudovoy motivatsii [Entrepreneurial motivation as a special case of labour motivation]. *Vestnik Zabaykalskogo gosudarstvennogo universiteta [Transbaikalian State University Journal]*, 6, 70-75. (In Russ.)
5. Kokourix, A. & Panagiotis, G. (2016). Analysing entrepreneurship education: a bibliometric survey pattern. *Journal of global entrepreneurship research*, 6, 1-18. DOI: 10.1186/s40497-016-0046-y.

6. Deyneka, O. S. (1995). Psikhologicheskiy portret molodogo rossiyskogo predprinimatelya [Psychological portrait of a young Russian businessman]. *Aktualnyye problemy psikhologicheskoy teorii i praktiki [Current issues of psychological theory and practice]*. St.P.: Saint Petersburg University Publ., 124–130. (In Russ.)
7. Gnilitskaya, E. V. (2008). Chego izvolite... predprinimatel i novyye tekhnologii. Motivatsiya razrabotki i primeneniya [What you would like to... the entrepreneur and new technologies: motivation for development and application]. *Rossiyskoye predprinimatelstvo [Russian entrepreneurship]*, 3, 48–51. (In Russ.)
8. Romanova, N. P. (2005). *Kharizmatichnost liderstva [Charismatic leadership]*. Chita: ChitGU Publ., 236. (In Russ.)
9. Vlasov, P. K. (2003). *Psikhologiya zamysla organizatsii [Psychology design of organization]*. Kharkov : Gumanitarnyy tsentr Publ., 224. (In Russ.)
10. Druzhinin, V. N. (2002). *Psikhologiya. Uchebnik dlya studentov ekonomicheskikh vuzov [Psychology. The textbook for students of economic higher education institutions]*. St. P.: Piter Publ., 672. (In Russ.)
11. Freze, M. (2006). *Osnovateli effektivnykh kompaniy. Psikhologicheskiy analiz i prakticheskie rekomendatsii dlya predprinimateley [Founders of efficient companies. Psychological analysis and practical advises for entrepreneurs]*. Kharkov: Gumanitarnyy tsentr Publ., 336. (In Russ.)
12. Vereshchagina, L. A. (2012). *Psikhologiya personala. Potrebnosti, motivatsiya i tsennosti [Psychology of staff. Needs, motivation and values]*. Kharkov : Gumanitarnyy tsentr Publ., 212. (In Russ.)
13. Xie, X. & Lv, J. (2016). Social networks of female tech-entrepreneurs and new venture performance: the moderating effects of entrepreneurial alertness and gender discrimination. *International entrepreneurship and management journal*, 12, 963. DOI: 10.1007/s11365-016-0413-8.
14. Tacanori, A. & Tacanori, H. (2016). Gender differences in entrepreneurship and intrapreneurship: an empirical analysis. *Small Business Economic*, 1–40.
15. Fritsch, M. (2016). *Entrepreneurship*. Berlin: Springer-Verlag, 157.

Authors

Anna Valentinovna Mukhacheva — PhD in Economics, Senior Lecturer, I.P. Povarich Department of Management, Institute of Economics and Management, Kemerovo State University (7, Ermaka St., Kemerovo, 650000, Russian Federation; e-mail: oblakkko@mail.ru).

Artem Igorevich Sokolov — CEO, Entrepreneur, Vstroy City Ltd (3, Sobornaya St., Kemerovo, 650004, Russian Federation; e-mail: knight_king@mail.ru).